

1. يطلق على المستهلك التنظيمي مستهلك نهائي لأن المنتج ينتهي عنده.
(خطأ)
2. الشعور بالمشكلة خطوة لايلزم أن يمر بها كل قرار شرائي والدليل أننا أحيانا نشترى أشياء لانحتاج لها.
(خطأ)
3. من الطرق التي يلجأ إليها بعض المستهلكين من أجل معالجة الصراع النفسي الذي يحصل بعد عملية الشراء هو المطالبة بتخفيض سعر السلعة.
(خطأ)
4. الجمعيات الخيرية والمؤسسات الحكومية لا تعتبر من أنواع المستهلكين التنظيميين لأنها منظمات غير ربحية.
(خطأ)
5. يكثر استخدام تقسيم السوق حسب العوامل السلوكية نظرا لسهولة قياس هذه العوامل وسهولة الحصول عليها.
(خطأ)
6. في الأسلوب التعويضي يقوم المستهلك بأخذ كل خواص المنتج في الاعتبار عند التقييم.
(خطأ)
7. يتسم سلوك المستهلك بالثبات، وتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي.
(خطأ)
8. لا علاقة بين الرضا عن أداء المنتج في الماضي وبين الولاء.
(خطأ)
9. من الأفضل دائما التركيز على فرق واحد في تصميم الموقع التنافسي.
(خطأ)
10. المصادر التجارية هي أحد أنواع المصادر الغير رسمية وتعني كل المعلومات التي تصدر وتعلن من خلال منظمات الأعمال.
(خطأ)
11. استراتيجية السوق المتجانس تعني اعتبار السوق كله مجموعة كبيرة متشابهة من المشتريين المرتقبين.
(صح)
12. من العوامل التي تؤكد على دراسة سلوك المستهلك اكتشاف الفرص التسويقية وهي تعني تحليل السوق وتقسيمه إلى قطاعات متعددة.
(خطأ)
13. تتمتع المصادر غير الرسمية بمصداقية أعلى وثقة أكبر من المصادر الرسمية.
(صح)
14. كل ما كانت موارد الشركة كبيرة وضخمة فهذا يساعد على اتباع استراتيجية التسويق الموحد.
(خطأ)

15. المستهلك التنظيمي يتكون من الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات للإستهلاك الشخصي.
(خطأ) "المستهلك الفردي"
16. المجموعة الغير فعالة تتكون من العلامات التجارية المجهولة عند المستهلك والتي يستبعدنها من حسابانه بسبب عدم توافر المعلومات اللازمة او لتصوره ان علامتها التجارية تتصف بمزايا وخواص أقل من مزايا وخواص العلامات الأخرى.
(خطأ)
17. أثناء بناء الموقع التنافسي للمنتج من المهم الاهتمام بادراك ادارة الشركة وليس ادراك المستهلكين :
(خطأ)
18. الصورة التي ترسم في أذهان المستهلكين عن المنتج أكثر أهمية لنجاحه من خصائصه الفعلية.
(صح)
19. في مرحلة تقييم البدائل المتاحة يقوم المستهلك باستخدام عدد من المعايير منها معايير موضوعية ومنها معايير شخصية. أي من المعايير التالية يعتبر معيار موضوعي بفراض المستهلك يريد أن يشتري حاسب ألي :
"سعة الذاكرة"
20. يزداد الجهد المبذول في عملية التقييم:
"كلما كانت البدائل معقدة"
21. عندما تريد أحد الشركات أن تميز خدماتها بأنها متوفرة 24 ساعة من خلال الهاتف أو الانترنت؛ فهي هنا الآن تحاول بناء موقع تنافسي طبقاً:
"لطريقة استعمال المنتج"
22. يطلق على استراتيجية اعتبار السوق كله مجموعة كبيرة واحدة ومتجانسة من المشتريين المرتقبين وتجاهل الفروق البسيطة الموجودة بينهم استراتيجية:
"التسويق غير التمييزي"
23. تقسيم سوق معجون الأسنان إلى القطاعات التالية: قطاع لتبييض الأسنان، قطاع لعلاج اللثة، قطاع لإزالة الرائحة الكريهة .. يعتبر مثال على:
"تقسيم السوق حسب الفوائد المنشودة في المنتج"
24. تقسيم السوق طبقاً لمعدل الاستهلاكي يعتبر نوع من تجزئة السوق حسب:
"المعايير السلوكية"
25. الحاجة هي:
"الشعور بالحرجان عند الفرد"
26. تعني أن يحدد المستهلك حداً أدنى لكل خاصية يرغبها في المنتج ويستبعد كل العلامات والمنتجات التي لا يتوفر فيها الحد الأدنى من كل الخواص.
"القاعدة الإقترانية"

27. تعني أن يقوم المستهلك بترتب خصائص السلعة التي يريد شراؤها ترتيبا تنازليا حسب أهميتها له بعد ذلك يقارن كل العلامات البديلة من حيث الخاصية الأولى الأكثر أهمية ويختار العلامة التي تتميز بأعلى مستوى من هذه الخاصية بصرف النظر عن الخواص الأخرى.

"القاعدة المعجمية"

28. جميع ما يلي يعتبر من المصادر الشخصية ما عدا:

.الخبرة السابقة . زملاء العمل . الخبراء في المنتج . أحد أفراد الأسرة

29. جميع ما يلي تعتبر من صفات المستهلك شديد الولاء ما عدا:

. واثق من نفسه.

. راضي عن المنتج او المحل.

. يختلف درجة الولاء حسب نوع المنتج والعلامة.

. لا يشعر بدرجة عالية من المخاطرة

30. يلجأ المستهلك إلى اسلوب الحل متوسط المدى في الحالات التالية:

. عندما يكون المنتج من المنتجات الميسرة

. إذا كان الشراء يتم لأول مرة

. إذا كانت درجة متوسطة من المخاطرة

. عندما تكون البدائل ذات مزايا متنوعة وفريدة

31. جميع ما يلي يعتبر من الشروط الفعالة المفروض توافرها في الموقع التنافسي الفعال للمنتج ما عدا:

. توافق الموقع التنافسي مع السوق المستهدف.

. التركيز على الصفة ذات الأهمية من وجهة نظر ادارة التسويق.

. أن يتصف الفرق الذي يقوم عليه الموقع التنافسي بالتميز والاصالة.

. أن يكون من الصعب على المنافسين تقليده.

32. جميع ما يلي يعتبر من أسباب التي تدعو للاهتمام بسلوك المستهلك ما عدا:

- تثقيف العميل لاتخاذ القرار الشرائي الرشيد.

- تطوير وتحسين الخدمات .

- التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين .

- التعرف على العوامل الاجتماعية المؤثر على القرار الشرائي.

33. جميع ما يلي يعتبر من الشروط الواجب توافرها في القطاع المستهدف ما عدا:

. إمكانية التعرف على القطاع . الوصول للسوق بسهولة

. وجود حاجات مختلفة ومتنوعة بين مجموعة من المستهلكين

. كبر حجم السوق وربحيته.

34. جميع ما يلي يعتبر من المبررات التي يقدمها أصحاب فكرة التركيز على ميزة واحدة في تصميم الموقع التنافسي ما عدا:

. يؤدي إلى كسب تصديق وثقة العملاء

. يؤدي التركيز إلى تفوق الشركة بهذه الميزة

. يؤدي إلى زيادة ادراك العملاء لهذه الميزة وتذكرهم الدائم لها

أن المستهلكين يميلون إلى اختيار المنتجات التي تتمتع بعدد أقل من المزايا

35. قرار شراء العائلة لمكنسة كهربائية يعتبر نوع من أنواع القرارات:

" المتعلقة بشراء المنتجات من عدمه "

36. جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي تشجع على الشراء الاندفاعي ما عدا:

. رخص المنتجات والحاجة الطفيفة لها

. استخدام وسائل تنشيط المبيعات وأساليب العرض الجذابة

طول حياة المنتج

. عدم وجود قائمة للمنتجات المطلوب شراؤها

37. جميع ما يلي يعتبر من صفات سلوك المستهلك ما عدا:

سلوك المستهلك يعتبر سلوك اعتباطي

. سلوك المستهلك يشتمل على الأنشطة البدنية والذهنية

. سلوك المستهلك يتأثر بعوامل خارجية مثل الثقافة والأسرة

. سلوك المستهلك يمكن تفسيره والتأثير عليه.

السؤال ١

1. المستهلك التنظيمي يتكون من الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات للاستهلاك الشخصي.

صواب

خطأ

درجات 0.25

السؤال ٢

1. في أغلب الأحوال يكون سلوك المستهلك سلوك اعتباطي وعشوائي.

صواب

خطأ

درجات 0.25

السؤال ٣

١. يتسم سلوك المستهلك بالثبات، وتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي.

صواب

خطأ

السؤال ٤

1. من المواضيع التي استفاد منها علم سلوك المستهلك من علم النفس موضوعات الدوافع والاتجاهات النفسية واثار دورة حياة الأسرة على القرارات الشرائية.

صواب

خطأ

درجات 0.25

السؤال ٥

1. المستهلك التنظيمي عادة يشتري المنتج بكميات أكبر من المستهلك النهائي وكذلك تكون قراراته أقل رشداً ومنطق

صواب

خطأ

درجات 0.25

السؤال ٦

1. كلما زادت البدائل المتاحة وتغيرت الموديلات والموضات والماركات وكلما كان المنتج يشتري لأول مرة، كلما كانت البيانات

المخزنة في ذاكرة المستهلك غير ملائمة لموقف الشراء وبالتالي زادت أهمية مصادر البحث الخارجية.

صواب

السؤال ٧

1. لا يوجد أي علاقة بين الشراء الاندفاعي وبين صفات وخصائص المشتري.

صواب

خطأ

السؤال ٨

١. ايا من التالي لا يعتبر من المصادر الخارجية للمعلومات:

A. برشورات المحل

B. إعلانات الشركة في الصحف

C. المعلومات الموجودة بداخل المحل

D. رجل البيع

E. التجربة السابقة

السؤال ٩

١. جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي تزيد من الجهد المبذول في عملية التقييم بين البدائل ما عدا:

- A.
- عندما تكون البدائل معقدة
- B. ازدياد درجة المخاطرة المدركة
- C. ازدياد أهمية المنتج
- D. ارتفاع الحاجة للمنتج

درجات 0.25

السؤال ١٠

١. جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي أدت لزيادة الاهتمام بسلوك المستهلك ما عدا:

- A. تزايد الرغبة في حماية المستهلك من الشركات المنتج
- B. غياب المفهوم التسويقي الحديث.
- C. الحد من التلوث البيئي
- D. فشل نسبة كبيرة من المنتجات الجديدة
- E. قصر دورة حياة المنتج

سلوك المستهلك – الواجب الثاني

كلما زادت أهمية المنتج وزادت الحاجة له كلما زاد الجهد المبذول في تقييم المنتج.
خطأ

أسلوب الحذف في التقييم يعني أن المستهلك يضع حد أدنى لكل خاصية ويستبعد كل العلامات التي لا يتوفر فيها الحد الأدنى من كل الخواص.
خطأ

الشراء الاندفاعي يزيد كلما زاد عدد المنتجات المشتراه.
صواب

عندما يكون الاداء الفعلي أقل من الاداء المتوقع يكون هناك رضا تام.
خطأ

الصراع النفسي حالة يمر بها العميل بعد الشراء تستطيع الشركة التخفيف من حدتها.
صواب

العملاء الموالون لا يمرون بخطوة التقييم.
صواب

أول مرحلة من مراحل القرار الشرائية التي يمر بها المستهلك:
اختيار البديل الأفضل.
إتمام الشراء.
البحث عن المعلومات.
جميع الاجابات خاطئة
التخلص من المنتج.

جميع ما يلي يعتبر من المصادر الرسمية ماعدا:
هيئة المواصفات والمقاييس.
رجال البيع.
البيانات المطبوعة على المنتج.
زملاء العمل.
موقع الشركة على الانترنت.

جميع ما يلي يعبر عن العلامات الموجودة في المجموعة المرفوضة ماعدا:
لا تتوفر للمستهلك اي معلومات عنها
علامات معروفة للمستهلك .
علامات سبق تجربتها او سبق تكوين معلومات عنها .
علامات المستهلك يأخذها في الاعتبار عند الشراء.
جميع الاجابات صحيحة.

جميع ما يلي يعتبر من الصفات التي تنطبق على المصادر الداخلية للمعلومات ماعدا:
معلومات غير شاملة.
جميع الاجابات خاطئة.
معلومات سريعة.
معلومات دقيقة.
معلومات غير مكلفة.

1. الصورة الذهنية الموجودة في ذهن المستهلك أحيانا تكون أهم من المميزات الموجودة في المنتج.

صح

2. إذا كانت الميزة الموجودة في المنتج غير مهمة لمدير التسويق فهي فعلا غير مهمة للمستهلك.

خطأ

3. من الاستراتيجيات الناجحة في بناء الموقع التنافسي مهاجمة الموقع التنافسي للعلامة الشركة القائدة.

خطأ

4. كلما كان الموقع التنافسي مناسباً لكل الناس كان أفضل.

خطأ

5. التوسع في خط المنتجات يزيد من قوة الموقع التنافسي.

خطأ

SOONAA

الواجب الرابع سلوك المستهلك حنان آل حيان

السؤال ١

1. يعتبر مفهوم الطبقة الاجتماعية مفهوم غامض وواسع وغير محدد لذلك . فإن استخدامه في تحليل سلوك المستهلك قد يؤدي إلى نتائج خاطئة

خطأ

السؤال ٢

1. التمييز بين أنواع الأسر ليس له أي أهمية من الناحية التسويقية .

خطأ

السؤال ٣

1. ملابس الزوجة، ملابس الأطفال، قرارات الاستثمار، كلها تعتبر من القرارات الشرائية التي يغلب . على اتخاذها الزوجة

خطأ

السؤال ٤

1. جميع ما يلي يعتبر من الأسباب التي تجعل الشركات تميل إلى توجيه اعلاناتها التجارية نحو الأطفال :
ما عدا

A. تذكر الأطفال للأعلان يكون أكثر .

b. معدل مشاهدة الأطفال للتلفاز أعلى .

c. القوة الشرائية للأطفال أعلى .

d. ردود أفعالهم الايجابية أفضل .

السؤال ٥

1. عندما تستخدم الشركات النجوم أو المشهورين في مجال معين فهذا مثال على محاولة التأثير على :
سلوك المستهلكين باستخدام

a. الأسرة

b. الطبقة الاجتماعية

c. الجماعة المرجعية .

d. ثقافة المجتمع

e. ليس شيئاً مما سبق