

• تابع الفصل الاول تكملة طبيعة سلوك المستهلك (الدرس الثاني)

السؤال ١

تعريف سلوك المستهلك قسم السلوك الشرائي الى مراحل

١- (بحث ثم تقييم ثم حصول ثم استخدام ثم استهلاك ثم تخلص) ☐

٢- (بحث ثم تقييم ثم حصول ثم استخدام ثم تخلص ثم استهلاك) ☐

السؤال ٢

من خصائص السلوك القرارات الشرائية قد تكون

١- فردية ☐

٢- بدنية

٣- جميع ما سبق

السؤال ٣

من خصائص السلوك قد تتضمن نوعين من الأنشطة

١- ذهنية

٢- بدنية

٣- جميع ما سبق ☐

السؤال ٤

من خصائص السلوك القرارات الشرائية قد تكون

١- جماعية ☐

٢- ذهنية

٣- جميع ما سبق

السؤال ٥

(التسوق والتحدث مع رجال البيع) مقال على نشاط

١- بدني ☐

٢- ذهني

السؤال ٦

(المقارنة بين منتجين أو اتخاذ قرار شرائي أو الميول أو عملية تحليل ودراسة) مثال على نشاط

١- بدني

٢- ذهني ☐

السؤال ٧

سلوك المستهلك

١- اعتباطياً

٢- ليس اعتباطياً

٣- ليس اعتباطياً أو عشوائياً في أغلب الاحوال ☐

السؤال ٨

ما الذي يحكم ويوجه سلوك المستهلك ؟

١- هدف واحد

٢- هدف أو مجموعة من الاهداف ترمي الى اشباع حاجاته غير المشبعة حالياً ☐

السؤال ٩

ما هي القيمة من دراسة السلوك الشرائي ؟

١- لتفسير السلوك الشرائي للمستهلك

٢- توقع سلوك المستهلك الشرائي

٣- تساعد في عملية التأثير على المستهلك

٤- جميع ما سبق ☐

السؤال ١٠

الاهم والاكثر قيمة لدراسة السلوك الشرائي

١- تفسير السلوك الشرائي للمستهلك

٢- عملية التأثير على العميل في قراراته الشرائية ☐

السؤال ١١

ان سلوك المستهلك جزء لا يتجزأ من السلوك الانساني العام

١- صح ☐

٢- خطأ

السؤال ١٢

الاعتبارات التي تؤثر في سلوكنا العام كبشر هي نفسها العوامل التي تؤثر في سلوكنا كمستهلكين

١- صح ☐

٢- خطأ

السؤال ١٣

سلوك المستهلك في نظر المستهلك نفسه هو سلوك رشيد ومنطقي وليس اعتباطي

١- صح ☐

٢- خطأ

السؤال ١٤

طبيعة دراسة سلوك المستهلك ان سلوك المستهلك جزء لا يتجزأ من السلوك الانساني العام

١- صح ☐

٢- خطأ

السؤال ١٥

من اهمية دراسة سلوك المستهلك

١- اكتشاف الفرص التسويقية الملائمة

٢- تجزئة السوق وتقييمه واختيار القطاعات المربحة

٣- الاستجابة السريعة للتغيرات في حاجات وخصائص المستهلكين

٤- تطوير وتحسين الخدمات

٥- جميع ما سبق ☐

السؤال ١٦

من اهمية دراسة سلوك المستهلك

- ١- التأثير على الاتجاهات النفسية للمستهلكين
 - ٢- تصميم موقع تنافسي في السوق
 - ٣- تفهم ادوار اعضاء الاسرة في عملية اتخاذ القرارات
 - ٤- تفهم اثر العلاقات الشخصية على القرار الشرائي
 - ٥- مراعاة القيم و التقاليد السائدة في المجتمع
- ٥- جميع ما سبق ☐

السؤال ١٧

دراسة سلوك المستهلك هي من اهم المجالات التي تساعد في اكتشاف الفرص التسويقية

١- صح ☐

٢- خطأ

السؤال ١٨

تكتشف كثير من المنتجات الجديدة وتمثل تقريباً ٨٠ %

١- عند دراسة سلوك المستهلك والاهتمام به ☐

٢- تكون خارج تفكير المستهلك وهي من ابداع الشركة

السؤال ١٩

قليل من المنتجات الجديدة التي تنتجها الشركة

١- عند دراسة سلوك المستهلك والاهتمام به

٢- تكون خارج تفكير المستهلك وهي من ابداع الشركة ☐

السؤال ٢٠

اي منتج يقوم بدون احتياج واهتمام بدراسة سلوك المستهلك غالباً ما يكون

١- ينجح

٢- يفشل ☐

السؤال ٢١

الاتجاهات و الميول على ثلاثة اشكال

١- ميول ايجابي

٢- ميول سلبي

٣- ميول محايد

٤- جميع ما سبق ☐

السؤال ٢٢

من العوامل الاجتماعية التي تؤثر في عملية القرار الشرائي انتماء الفرد لطبقة اجتماعية معينة وتأثره برأي الجماعات

١- صح ☐

٢- خطأ

السؤال ٢٣

اول الاهتمامات بمجال سلوك المستهلك ترجع للعالم

١- هارورد وشث

٢- آدم سميث ☐

السؤال ٢٤

شُبّه التسويق بـ.....

١- السيارة ☐

٢- العجلات

٣- اضاءة السيارة

٤- قائد السيارات

٥- محرك السيارة

السؤال ٢٥

شُبّه المستهلك بـ.....

١- اضاءة السيارة

٢- الهيكل الخارجي □

السؤال ٢٦

شُبّه التوزيع بـ.....

١- السيارة

٢- عجلات السيارة □

٣- اضاءة السيارة

٤- قائد السيارات

٥- محرك السيارة

السؤال ٢٧

شبه بحوث التسويق بـ.....

١- السيارة

٢- العجلات

٣- إضاءة السيارة □

٤- قائد السيارات

٥- محرك السيارة

السؤال ٢٨

شُبّه مدير التسويق بـ.....

١- السيارة

٢- العجلات

٣- اضاءة السيارة

٤- قائد السيارات □

٥- محرك السيارة

السؤال ٢٩

شُبّه سلوك المستهلك بـ.....

١- السيارة

٢- العجلات

٣- اضاءة السيارة

٤- قائد السيارات

٥- محرك السيارة

السؤال ٣٠

من الاسباب الرئيسية لنمو سلوك المستهلك

١- وضع المفهوم التسويقي موضع التنفيذ

٢- فشل نسبة كبيرة من المنتجات

٣- قصر دورة حياة المنتج

٤- الحد من التلوث البيئي

٥- جميع ما سبق

السؤال ٣١

من الاسباب الرئيسية لنمو سلوك المستهلك

١- تزايد الرغبة في حماية المستهلك من الشركات المنتجة

٢- النمو الكبير في تسويق الخدمات

٣- الاهتمام المتزايد بوظيفة التسويق من جانب المنظمات غير الهادفة للربح

٤- النمو المستمر للتسويق الدولي

٥- جميع ما سبق

السؤال ٣٢

هو الاهتمام بالمستهلك والتركيز على احتياجاته و العمل على اشباع حاجات المستهلك من خلال منتجات تفوق منتجات المنافسين

١- المفهوم الحديث لعلم التسويق

٢- المفهوم التسويقي

السؤال ٣٣

من اهم الاسباب فشل المنتجات الجديدة

- ١ - عدم معرفة الاحتياجات الحقيقية للمستهلكين
- ٢ - انتاج منتجات غير مدروسة باهتمام سلوك المستهلك

٣ - جميع ما سبق ☐

السؤال ٣٤

دورة حياة المنتج بالترتيب وهي

١ - التقديم -> النمو -> النضوج -> الانحدار -> وتنتهي بالخروج الفشل ☐

٢ - النمو -> النضوج -> الانحدار -> وتنتهي بالخروج الفشل