

.....الفوج

.....الاسم واللقب:

ضع علامة (X) أمام العبارة الصحيحة في كل مما يلي:

ملاحظة: الإجابة تكون من خلال اختيار واحد فقط، السؤال الذي يكون به أكثر من إجابة ينقط بصفر.

1- تعتبر الحاجات الإنسانية المفهوم الأساسي لدراسة التسويق، وتتضمن:

1- الحاجات المادية	2- الحاجات الاجتماعية	3- الحاجات الفردية	4- كل ما سبق
--------------------	-----------------------	--------------------	--------------

2- البيئة التكنولوجية من مكونات:

1- البيئة الداخلية	2- بيئة الخارجية الكلية	3- البيئة الخارجية الجزئية	4- لا شيء مما سبق
--------------------	-------------------------	----------------------------	-------------------

3- من الاستراتيجيات التي تعني طرح المنتجات بأعلى سعر ممكن:

1- استراتيجية الاختراق	2- استراتيجية الكشط	3- استراتيجية التسعير الترويجي	4- استراتيجية الجذب
------------------------	---------------------	--------------------------------	---------------------

4- يركز المفهوم التسويقي على:

1- تحقيق رضا المستهلك	2- تكامل الوظائف التسويقية	3- تحقيق أرباح طويلة الأجل	4- كل ما سبق
-----------------------	----------------------------	----------------------------	--------------

5- من العوامل المؤثرة على اختيار قناة التوزيع:

1- اعتبارات خاصة بالسوق	2- اعتبارات خاصة بالمشروع	3- اعتبارات خاصة بالوسطاء	4- كل ما سبق
-------------------------	---------------------------	---------------------------	--------------

6- تتم المعاملات عندما يتحقق ما يلي:

1- أن يكون لكل طرف شيء ذو قيمة للطرف الآخر	2- القدرة على الاتصال بين الأطراف	3- اتفاق الطرفين على عملية التبادل	4- كل ما سبق
--	-----------------------------------	------------------------------------	--------------

7- يقصد بجوهر المنتج

1- مجموعة المنافع التي يؤديها المنتج للمستهلك	2- شكل وجودة وخصائص المنتج	3- خدمات التسليم والصيانة والضمان	4- جميع ما سبق ذكره
---	----------------------------	-----------------------------------	---------------------

8- يركز المعيار النفسي في تقسيم الأسواق على:

1- درجة الولاء للمنتج أو العلامة	2- المنافع	3- معدل الاستخدام	4- كل ما سبق	5- لا شيء مما سبق
----------------------------------	------------	-------------------	--------------	-------------------

9- عملية تقسيم السوق الكلي إلى عدة قطاعات سوقية متجانسة بهدف خدمتها، هي تعبير عن:

- 1- الإستراتيجية التسويقية 2- التجزئة السوقية 3- دراسة السوق 4- بحوث التسويق

10- يمكن لرجل التسويق تعديل معتقدات ومواقف المستهلك اتجاه منتج معين من خلال عملية:

- 1- الإدراك 2- استثارة الحاجات 3- التركيز على الدوافع 4- التعلم 5- كل ما سبق

11- عدد أشكال المنتج في خط انتاجي واحد هو تعبير عن:

- 1- طول المزيج السلعي 2- اتساق المزيج السلعي 3- عمق المزيج السلعي 4- نطاق المزيج السلعي

12- المنتجات الاستهلاكية التي تتميز بدرجة مخاطرة منخفضة وجهود تسويقية قليلة هي:

- 1- سلع التسوق 2- المنتجات الفريدة 3- المنتجات الجديدة 4- المنتجات الميسرة 5- كل ما سبق

13- يعتمد المستهلك على جملة من المعايير للمفاضلة والاختيار بين البدائل في حالة شراء:

- 1- السلع الميسرة 2- سلع التسوق 3- المنتجات الجديدة 4- المنتجات الخاصة 5- كل ما سبق

14- من متغيرات البيئة التسويقية الجزئية للمنظمة:

- 1- البيئة الديمقراطية 2- البيئة الطبيعية 3- إمكانيات المنظمة المالية 4- الموردون

15- يطلق على الشخص الذي يقترح لأول مره فكرة الشراء:

- 1- المؤثر 2- المبادر 3- متخذ القرار 4- القائم بالشراء

16- تركز قرارات المنتج الفردي على مجموعة من العناصر منها:

- 1- قيمة العميل 2- بناء العلامة التجارية وإدارتها 3- تصميم العبوة والغلاف 4- كل ما سبق

17- من العوامل المؤثرة على سياسات التسعير والتي يمكن للمنظمة التحكم فيها:

- 1- الأهداف 2- عوامل المنافسة 3- الضرائب 4- طلب المستهلكين 5- كل ما سبق

18- يتم الاهتمام بالمنافسة على أساس عناصر التمييز في سوق:

- 1- سوق الاحتكار الكامل 2- سوق المنافسة الاحتكارية 3- سوق المنافسة الحرة 4- كل ما سبق

19- جماهير المنظمة هي عبارة عن:

- 1- مجموعة تهتم بالمنظمة ولا تهتم بها المنظمة 2- مجموعة تهتم بالمنظمة وتهتم بها 3- مجموعة تهتم بالمنظمة ولا ترحب باهتمامها بالمنظمة 4- كل ما سبق

20- من بين وسائل الاتصال غير الشخصية وأكثر مصداقية وسرعة:

- 1- الإعلان 2- البيع الشخصي 3- أدوات تنشيط المبيعات 4- النشر