



## امتحان الدورة العادية في مقياس بحوث التسويق

الاسم: .....

اللقب: .....

الفوج: .....

السؤال الأول (05 ن) اختر الإجابة الصحيحة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

رقم العبارة	العبارة	صحيحة	خاطئة
01	مدلول المشكلة التسويقية يشير إلى نفس المشكلة البحثية		X
02	من أهم مجالات بحوث التسويق هو تحديد درجة الإشباع الموجودة من قبل المستهلكين أو المستخدمين للسلع	X	
03	يبدأ البحث الاستنتاجي بعد نهاية البحث الاستكشافي	X	
04	يعتمد أسلوب العينة الاحتمالية على احتمال الباحث في عملية جمع البيانات		X
05	يتم جمع البيانات الثانوية بالاعتماد على قوائم الاستقصاء		X
06	من أمثلة البيانات الأولية التعداد السنوي للسكان ونسب البطالة.		X
07	تعتبر مراكز المعلومات التابعة للدولة ضمن أهم المصادر الثانوية الداخلية للحصول على البيانات الثانوية		X
08	تأتي عملية المراجعة بعد مرحلة ترميز وجدولة البيانات المجمعة		X
09	من النادر أن تقدم البيانات الثانوية جميع الإجابات لمشكلة بحثية حيث تكون أحيانا غير حديثة أو غير موثوقة تماما.	X	
10	تعد بحوث التسويق جزءا من بحوث السوق		X

السؤال الثاني (03 ن): الرجاء اختيار الإجابة الصحيحة من بين الاختيارات المتعددة وذلك بتظليل الحرف المناسب

01	تتعدد طرق جمع البيانات الأولية وليس من بينها:			
	A	B	C	D
	قوائم الاستقصاء	الملاحظة	المقابلة المعمقة	استمارة التقدم لوظيفة
02	تهدف بحوث التسويق إلى:			
	A	B	C	D
	معالجة المشاكل التسويقية الحالية	التنبؤ بما سيحدث لتفادي التهديدات واقتناص الفرص	تقديم تقارير دورية للإدارة بالتنسيق مع نظام المعلومات التسويقية	كل ما سبق
03	تقوم بحوث التسويق بمجموعة من الأنشطة الهادفة إلى توفير معلومات تقدم لمتخذي القرار. والتي تلخص كل من:			
	A	B	C	D
	الخصائص الديمغرافية للمستهلكين	الخصائص النفسية للمستهلكين	حاجات ورغبات المستهلكين	كل ما سبق
04	من المصادر التي نلجأ إليها لجمع قوائم الاستقصاء:			
	A	B	C	D
	المجلات الأسبوعية	أخذ رأي العملاء	ميزانية الشركات	التحليل المالي

تعتبر تكلفة استخدام ..... لجمع البيانات عن طريق قوائم الاستقصاء منخفضة من حيث المال والوقت والجهد.					05
A	المقابلة الشخصية	B	البريد الالكتروني	C	البريد العادي
D	الهاتف				
تشير ..... إلى الأسئلة التي يكون هناك عدد معين من خيارات الإجابة مع ترك اختيار للمستقصي منه لإضافة أية اختيارات أخرى.					06
A	الأسئلة المفتوحة	B	الأسئلة المغلقة	C	الأسئلة المفتوحة المغلقة
D	الأسئلة الإيحائية				

**السؤال الثالث (6.5 ن):** استنادا إلى ما تلقيته في المحاضرات، املأ الفراغات في الجداول التالية حسب ما تراه مناسباً:

أوجه المقارنة	البحوث الكمية	البحوث النوعية
نوع النتائج المحصلة	تجيب عن الأسئلة كيف؟ كم؟	تجيب عن الأسئلة لماذا؟
المنهجية	عينة ممثلة لمجتمع الدراسة	لا تمثل مجتمع الدراسة ويصعب تعميم نتائجها عليه

أوجه المقارنة	البحث الاستكشافي	البحث الاستنتاجي
تحليل البيانات	تكون بشكل غير رسمي ولا تتطلب التحليل الكمي	يتسم بالشكل الرسمي في إطار التحليل الكمي للبيانات
مصادر البيانات	غير محددة وغير دقيقة	معروفة ومحددة جيداً

أوجه المقارنة	بحوث التسويق	نظام المعلومات التسويقية
الاستمرارية	يعمل بطريقة متفرقة (كل مشروع على حده)	يعمل بشكل مستمر (لكونه نظام)
نوع البيانات	التركيز على التعامل مع البيانات الخارجية	يتعامل مع كل من البيانات الداخلية والخارجية

أوجه المقارنة	الاستخبارات التسويقية	السجلات والتقارير الداخلية للمنظمة
المعلومات الموفرة	توفر معلومات عن المنافسين	توفر معلومات عن الطلبات المقدمة من العملاء والمخزون والموزعين
مصادرها	تعتمد على المتعاملين مع المنافسين والمعلومات المنشورة.... الخ	من السجلات الداخلية للمنظمة

**السؤال الرابع (5.5 ن):** في إطار إعداد استبيان مكون من أربع أسئلة بغرض دراسة أثر الواجهة الحسية للمحل X في إقبال المستهلكين عليه. أبن طلب منك اقتراح هذه الأسئلة الاستقصائية مستخدماً الأنواع التالية:

- سؤالاً مغلقاً. ← 01 ن للمثال.....
- سؤالاً مفتوحاً ← 01 ن للمثال.....
- سؤالاً متعدد الإجابات. ← 01 ن للمثال.....
- سؤالاً وفق سلم ليكرت ← 1.5 ن للمثال.....
- سؤالاً وفق سلم ستابل ← 1.5 ن للمثال.....