

أسئلة مادة بحوث التسويق ٣٠١ صح وخطأ وإختيار متعدد

- ١) تتضمن بحوث التسويق ملاحظة ودراسة وتحليل وتفسير المشكلات ذات الطابع التسويقي بغرض ترشيد القرارات التسويقية. (صح)
- ٢) تساعد بحوث التسويق الإدارة على التنبؤ بالمستقبل. (صح)
- ٣) تنطوي بحوث التسويق على خاصيتين هما ١- الإنتظام والإستمرارية. ٢- الموضوعية. (صح)
- ٤) تعتبر الموضوعية هي المعيار الأساسي الذي يجب ان يحكم سلوك الباحث في كل مرحلة من مراحل بحثه. (صح)
- ٥) برزت بحوث التسويق نظراً لإتساع الفجوة بين المنتج والمستهلك بسبب التطور العلمي والتكنولوجي وقصر دورة حياة المنتجات. (صح)
- ٦) يطلق نظام المعلومات التسويقية على البيانات والمعلومات المبوبة لغرض اتخاذ القرارات المناسبة. (خطأ)
- ٧) تعتبر السجلات الداخلية للمؤسسة مصدراً غير رئيسي للمعلومات التي يستخدمها مديروا التسويق. (خطأ)
- ٨) تعرف الإستخبارات التسويقية بأنها المعلومات السرية التي تقوم ادارة التسويق بجمعها عن مشكله تسويقية في السوق. (خطأ)
- ٩) تعتمد المؤسسات على مصادر عديدة للأستخبارات التسويقية منها مراكز التوظيف والموظفون العاملون في المؤسسات المنافسة. (صح)
- ١٠) من أنشطة بحوث التسويق الرئيسية:
 - أ- تحديد السوق المحتمل
 - ب- تحليل الحصص السوقية
 - ج- التنبؤ قصير الأجل وطويل الأجل
 - د- جميع ما سبق
- ١١) تتصف الأسواق بالسكون مما يفرض على منظمات الأعمال تكثيف بحوث التسويق لديها للمساعدة على التنبؤ بالمستقبل. (خطأ)
- ١٢) تساعد بحوث التسويق منظمات الأعمال بخفض مستويات المخاطرة وعدم التأكد. (صح)
- ١٣) تعتبر بحوث التسويق ووحدة التحليل من مكونات نظام المعلومات التسويقية. (صح)
- ١٤) إن سلطة إجراء البحث التسويقي حول موضوع معين تكون من صلاحيات أعلا سلطة على الخريطة التنظيمية للمؤسسة. (خطأ)
- ١٥) تتم تحديد المسؤولية الإدارية عن بحوث التسويق بتفويض مديري العمليات أو لمدير البحث والتطوير داخل المنظمة. (صح)
- ١٦) مدير التسويق يكون لة الدور الريادي في كيفية إجراء البحث. (خطأ)
- ١٧) مدير التسويق يكون هو الشخص المبادر في إتخاذ القرار الخاص بمشروع البحث الذي يتم تصميمه. (صح)
- ١٨) باحث التسويق غالباً هو المبادر في الحديث عن الأهداف الأساسية للبحث والموازنة التقديرية اللازمة. (خطأ)
- ١٩) باحث التسويق يقوم باقتراح خطة البحث ومنهجة وموازنة تقديرية لتنفيذها. (صح)
- ٢٠) غالباً ما يكون موقع البحوث والتطوير بتبعيتها مباشرة لمدير التسويق أو نائب المدير العام لشؤون التسويق. (صح)
- ٢١) إذا تطلب إجراء البحث خبرات خاصة أو جمع بيانات على نطاق واسع فإنه يفضل الإعتماد على جهات خارجية متخصصة في مجال البحوث. (صح)
- ٢٢) في حالة مشاريع البحث الصغيرة غالباً ما يتم إنجازها داخلياً من خلال وحدة البحوث والتطوير التابعة للمنظمة. (صح)

أسئلة مادة بحوث التسويق ٣٠١ صح وخطأ وإختيار متعدد

٢٣) تقسم بحوث التسويق على أساس الغرض من إجراء البحث الى:

أ- البحث الإستكشافي

ب- البحث المقطعي

ج- البحث الدوري الطويل

د- جميع ما سبق

٢٤) تقسم بحوث التسويق على أساس الزمن الذي يستغرقه البحث الى:

أ- البحث الوصفي

ب- البحث الإستكشافي

ج- البحث المقطعي

د- لاشي مما سبق

٢٥) يعرف البحث الإستكشافي بأنه البحث الذي يكون أمامه مجموعة من البدائل ويرغب في الحصول على معلومات تساعد في تقييم هذه البدائل. (خطأ)

٢٦) البحوث الوصفية غالباً ما تستهدف توفير البيانات التي تصف هيكل وخصائص المجتمع. (صح)

٢٧) البحث الإستكشافي لا يتطلب في العادة استخدام عينات إحصائية كبيرة الحجم أو استمارات إستبيان رسمية. (صح)

٢٨) البحوث الإستكشافية غالباً ما تكون منصبة على تحقيق مزيد من التوضيح لموضوع ظاهرة أو مشكلة ما. (صح)

٢٩) الغرض الأساسي من البحوث السببية يتعلق بالأسباب التي تؤدي الى حدوث المشكلة أو الظاهرة. (صح)

٣٠) البحث الذي من خلاله يتم تحديد متغيرات مستقلة ومتغيرات تابعة هو:

أ- البحث الإستكشافي

ب- البحث السببي

ج- البحث الوصفي

د- لاشي مما سبق

٣١) تعتبر عملية العزو السببي ضرورية لصياغة الفرضيات المنوي إختيارها من خلال البحث. (صح)

٣٢) البحث المقطعي يهدف الى ملاحظة التغيرات في سلوك الظاهرة محل البحث عبر الزمن. (صح)

٣٣) في البحث الدوري المطول يمكن الحصول على البيانات من مفردات عينات مختلفة مادياً أو حتى من نفس العينة ولكن في فترات زمنية مختلفة. (صح)

٣٤) في تصنيف البحوث على أساس الزمن تعتبر البحوث الدورية الطويلة أدق من غيرها من حيث مدى الإعتماد على نتائجها. (صح)

٣٥) تعتبر البحوث الإستكشافية والوصفية نماذجاً من البحوث المقطعية العرضية. (صح)

٣٦) غالبية البحوث الإستكشافية ما تكون منصبة على تحقيق مزيد من التوضيح لموضوع ظاهرة أو مشكلة تسويقية. (صح)

٣٧) تصنف البحوث التسويقية على أساس الغرض من إجراء البحث وزمنه. (صح)

٣٨) تهدف النظرية العلمية الى أن تزودنا بأدوات ووسائل التحري عن الحقائق وإختبار العلاقات المنطقية التي تحكمها. (خطأ)

٣٩) البحث العلمي يهدف الى وصف الظاهرة وتحديد طبيعة واتجاه العلاقات المحتملة في متغيراتها. (خطأ)

٤٠) يمكن القول أن النظرية العلمية تتعلق بالجانب المنطقي في حين يتعلق البحث بجانب الملاحظة والتجربة. (صح)

٤١) إعتماد الباحث على المعايير الشخصية في البحث من شأنه أن يؤدي الى نتائج غير دقيقة لايمكن الإعتماد عليها في إتخاذ القرارات التسويقية. (صح)

أسئلة مادة بحوث التسويق ٣٠١ صح وخطأ وإختيار متعدد

٤٢) من أهم مصادر التحيز الشخصي في البحث:

- أ- الملاحظة غير الدقيقة
- ب- المبالغة في التعميم
- ج- الملاحظة الإختيارية (الإنتقائية)

د- جميع ما سبق

٤٣) الملاحظة الإختيارية (الإنتقائية) تنتج عن عدم فهم الباحث للظاهرة التي يقوم بدراستها مما يؤدي الى توصلة الى نتائج غير دقيقة. (خطأ)

٤٤) مجرد وجود عدد قليل من المناسبات (التجارب) التي يتكرر فيها حدوث الظاهرة يعتبر نمطاً سلوكياً للظاهرة يستطيع الباحث الاعتماد عليه في تعميم النتائج. (خطأ)

٤٥) في الملاحظة الإختيارية (الإنتقائية) يحاول الباحث إختيار المنبهات الحسية التي تتفق مع ميولة ومواقفة وإستعداداته وبالتالي تؤدي الى نتائج مظللة. (صح)

٤٦) في غياب المنهجية العلمية في البحث تصبح المواقف والإتجاهات السلبية التي يتبناها الباحث هي المعيار الرئيسي الذي يسلكه الباحث بحثاً عن الحقيقة. (صح)

٤٧) التعليل (التبرير) غير المنطقي هو ربط الباحث فهمه لمجريات الأحداث بالصورة التي يحملها عن تلك الأحداث التي تتبع من ادراكاته الذاتية والتي تؤدي به الى نتائج مظللة. (خطأ)

٤٨) من المقومات الرئيسية للطريقة العلمية:

- أ- الملاحظة الشخصية وتحديد المشكلة
- ب- صياغة الفروض
- ج- إختبار الفروض

د- جميع ما سبق

٤٩) تعتمد الطريقة العلمية في البحث العلمي على الملاحظة والمشاهدة التجريبية. (صح)

٥٠) يعتمد الإسلوب الإستنباطي على أستنتاج مجموعة من الخلاصات العامة من واقع الملاحظة والمشاهدة لظاهرة معينة. (خطأ)

٥١) يعتمد الإسلوب الإستقرائي على التسلسل المنطقي في منهجية البحث. (خطأ)

٥٢) الباحث المتتبع للإسلوب الإستنباطي يبدأ بالعموميات وينتهي الى الخصوصيات أو الجزئيات مستخدماً التحليل المنطقي للتنبؤ ببعض النتائج. (صح)

٥٣) الإسلوب الإستنباطي يستخدم نظريات محددة في تفسير ظواهر يكتشفها الباحث وتعتمد صحة التطبيق من صحة ودقة النظريات المستخدمة. (صح)

٥٤) يتجة الباحث المتتبع للإسلوب الإستقرائي الى التعميم من الحالات الخاصة. (صح)

٥٥) القياس هو الإجراء الذي يتم بواسطة تحديد قيم معيارية لحالات التغير التي يأخذها المتغير محل القياس والخصائص التي يتصف بها في كل حالة. (صح)

٥٦) يعرف المتغير بأنه مجموعة من الخصائص المفاهيمية المرتبطة مع بعضها البعض بنفس العلاقة. (صح)

٥٧) المقاييس الأسمية هي أن القيم التي يتكون منها المقياس مجرد علامات مميزة أو إشارات للتعرف بمفردات عينة الدراسة. (صح)

٥٨) المقاييس الترتيبية هي المقاييس التي تتضمن بعداً ترتيبياً ويتطلب إستخدامها قدرة على التمييز بين مفردات عينة الدراسة طبقاً لخاصية واحدة. (صح)

أسئلة مادة بحوث التسويق ٣٠١ صح وخطأ وإختيار متعدد

- ٥٩) من أنواع المقاييس:
- المقاييس الإسمية
 - المقاييس المدرجة (تدرج الفترة)
 - مقاييس النسب
 - جميع ما سبق
- ٦٠) تمتلك المقاييس المدرجة (تدرج الفترة) الى خاصية المقاييس الإسمية والمقاييس الترتيبية إضافة الى أن السعر فيها حقيقي وليس إفتراضي. (خطأ)
- ٦١) المقاييس المدرجة (تدرج الفترة) هو نفس المقياس الترتيبي بالإضافة الى أنه يسمح بمقارنة الفروقات والإختلاف بين الأشياء. (صح)
- ٦٢) يطلق على المقاييس المستخدمة في قياس الحالات المتعددة الأبعاد للمتغيرات بالمقاييس المركبة. (صح)
- ٦٣) تعتبر المقاييس الوحيدة أكثر المقاييس قدرة على قياس الاتجاهات والمواقف. (خطأ)
- ٦٤) كلما كانت إجابات عينة الدراسة ثابتة مع مرور الزمن أو اذا تكررت عملية الدراسة دل ذلك على صدق أداة القياس والإعتماد عليها. (صح)
- ٦٥) اذا كان هناك نوع من التطابق في إجابات مفردات العينة عند استخدام الباحث عدة أساليب للقياس دل ذلك على ضعف أداة القياس ولا يمكن الاعتماد عليها. (خطأ)
- ٦٦) يعني صدق أداة القياس أن تكون البيانات التي تم جمعها غير متحيزة ومتصلة بالخاصية أو المتغير المنوي قياسه. (صح)
- ٦٧) يعتمد صدق المقياس على مدى توفر بعض المعايير الخارجية ومنها صدق المحتوى و صدق المعيار. (صح)
- ٦٨) صدق المحتوى هو مقارنة نتائج المقياس المستخدم مع مقياس آخر تم استخدامه في دراسة أخرى في نفس المجال. (خطأ)
- ٦٩) صدق المعيار معني بالتعرف على مدى قدرة المقياس على قياس ما يكون الباحث بصدد قياسه. (خطأ)
- ٧٠) الصدق الداخلي يعني قدرة المتغير المستقل على تفسير التباين (التغير) الموجود في المتغير التابع. (صح)
- ٧١) هناك نوعين رئيسيين للصدق في عمليات القياس التي تنطوي عليها بحوث التسويق هما:
- الصدق الداخلي. ٢- الصدق الخارجي. (صح)
- ٧٢) يقصد بالأثر التاريخي هو التغيرات الجسمانية أو النفسية التي تحدث لدى الأفراد مع مرور الوقت. (خطأ)
- ٧٣) أثر إختلاف أداة القياس يعتبر الأثر الناجم عن التفاوت في أداة القياس المستعملة ويعتبر أحد انواع التحيز التي ترتبط بالفروقات بين عمليتي القياس السابق واللاحق. (صح)
- ٧٤) الأختبار السابق، في صدق المعيار هو تأثير إجابات المتغير التابع بالإختبار السابق عند إخضاع عينة الدراسة للتجربة اكثر من مرة. (صح)
- ٧٥) ينبع الصدق الخارجي من درجة تمثيل العينة للمجتمع الذي سحبت منه ومنها التمثيل العددي (حجم العينة المناسب) والتمثيل النوعي. (صح)
- ٧٦) يقصد بإختبار العول (الاعتماد) تحقيق درجة من الثبات والتوافق في النتائج التي يصل اليها من خلال دراسة مجموعات مختلفة من الأفراد أو نفس المجموعة في فترات زمنية مختلفة. (صح)
- ٧٧) الأستبيان هو مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع أكبر قدر ممكن من البيانات اللازمة عن المشكلة أو الظاهرة محل البحث لتحقيق الأهداف الأساسية للبحث. (صح)
- ٧٨) إن الإجراء الخاص بتصميم صحيفة الإستبيان تعتبر محدداً هاماً لدقة البيانات التي سوف يحصل عليها الباحث من عينة الدراسة. (صح)

أسئلة مادة بحوث التسويق ٣٠١ صح وخطأ وإختيار متعدد

٧٩) من الإجراءات المقترحة لزيادة فاعلية الاستبيان:

أ- استخدام أكثر من مفردة بديلة في السؤال الواحد

ب- التأكد بالملاحظة

ج- الإختبار المسبق للاستبيان

د- جميع ما سبق

٨٠) تقسم المقابلات الشخصية الى مقابلات موجهة ومقابلات غير موجهة. (صح)

٨١) تستخدم التجارب كأسلوب فعال للحصول على بيانات أكثر دقة وصولاً لنتائج أكثر واقعية ويمكن تعميمها. (صح)

٨٢) في حالة التجارب المعملية أفراد العينة يعرفون أنهم مراقبون وفي وضع تجريبي مما يؤثر على ادائهم. (صح)

٨٣) في التجارب الميدانية يتم اختبار الفروض الأساسية للدراسة على عينة في مناخ تجريبي حي لذلك فإن أفراد

العينة الخاضعين للتجربة يعرفون انهم في وضع تجريبي وإنهم مراقبون. (خطأ)

٨٤) تعرف التجربة الطبيعية بأنها تلك التي لايتدخل الباحث فيها إلا في حدود ما تتطلبه عملية القياس. (صح)

٨٥) تجربة السلاسل الزمنية هي الوسيلة التي يمكن بواسطتها الحصول على بيانات معينة عن مجتمع دراسة ما أو

عينة مسحوبة منة في وقت واحد. (خطأ)

٨٦) في تجربة نماذج الإتجاه تجمع البيانات من عدة عينات متكافأة إحصائياً وفي فترات زمنية متتابعة. (صح)

٨٧) يجب أن تكون العينة ممثلة لمجتمعها تمثيلاً صادقاً وتعكس خصائص المجتمع وسماته المميزة. (صح)

٨٨) من سمات العينة الجيدة: ١- التجرد التام في الإختيار. ٢- دقة الإختيار. (صح)

٨٩) يقصد بإطار العينة هو القائمة الكاملة والصحيحة لأفراد مجتمع الدراسة. (صح)

٩٠) تعتبر العينة العشوائية البسيطة من العينات غير الإحتمالية. (خطأ)

٩١) من العينات غير الإحتمالية:

أ- العينة العشوائية البسيطة

ب- العينة المتظمة

ج- العينة الطبقيية

د- لاشيئ مما سبق

٩٢) من العينات غير الإحتمالية:

أ- العينة الملانمة

ب- العينة الغرضية (القصدية)

ج- العينة الحصصية

د- جميع ما سبق

٩٣) يقتضي على إدارة المؤسسة أن تكون مدركة لرغبات وحاجات المستهلكين المتغيرة لذلك يجب عليها القيام

بعملية التطوير لتحقيق ذلك. (صح)

٩٤) تعتبر بحوث الابتكار والتطوير وسيلة أساسية لكسب الميزة التنافسية فيما تقدمه من سلع وخدمات تجعلها

مفضلة على غيرها من المؤسسات المنافسة. (صح)

٩٥) من المراحل الأساسية للإبتكار التحليل الفني وهو عملية تنظيم وتصنيف المعلومات التي تم التوصل اليها وتقييم

كل منها وإختيار ما هو ملائم منها. (خطأ)

٩٦) تعتبر مرحلة توليد الأفكار من أكثر مراحل الإبتكار أهميةز (خطأ)

٩٧) يهدف التسويق أساساً الى خدمة المستهلكين وتلبية حاجاتهم ورغباتهم الحالية والمستقبلية فالمستهلك هو

الركيزة الإستراتيجية للنظام التسويقي في المؤسسة. (صح)

أسئلة مادة بحوث التسويق ٣٠١ صح وخطأ وإختيار متعدد

- ٩٨) من أنواع البحوث المستخدمة في قياس الإتجاهات الدراسات الإستقصائية التي تستهدف تحليل إتجاهات المستهلكين نح ماركة تجارية معينة. (صح)
- ٩٩) إن التعرف على نوايا الشراء لدى المستهلكين يمثل واحداً من الأبعاد الأساسية في عملية التنبؤ. (صح)
- ١٠٠) تتخذ المؤسسة قرار إنتاج سلعة معينة بعد رصد رضا المستهلكين عن طريق صحيفة إستبيان يتم توزيعها على عينة تسحب من القطاع السوقي المستهدف. (صح)