

أجب عن الأسئلة التالية :

السؤال الأول: اختر الإجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية :

- ١- المفهوم الذي يركز على تحسين قدرات الشركة الإنتاجية وتحسين كفاءة التوزيع ، يعبر عن فلسفة التوجه .. :
- أ- بالإنتاج .
ب- بالإعلان .
ج- بالتسويق .
د- لاشيء مما سبق .
- ٢- في إطار المفهوم الاجتماعي للتسويق ، ينبغي أن يوازن رجال التسويق بين اعتبارات ثلاثة .. :
- أ- ربحية الشركة ، وحل المشكلات الدولية ، واهتمامات ورفاهية المجتمع .
ب- ربحية الشركة ، وحاجات ورغبات العملاء ، واهتمامات ورفاهية المجتمع .
ج- الكفاءة الإنتاجية للشركة ، وحاجات ورغبات العملاء ، وحل المشكلات الدولية .
د- الكفاءة الإنتاجية للشركة ، وتوفير السلع رخيصة الثمن للعملاء ، واهتمامات ورفاهية المجتمع .
- ٣- من أنواع المنافسة ، المنافسة .. :
- أ- بين منتجات متشابهة لا تختلف إلا في الاسم التجاري .
ب- بين بدائل تشبع نفس الحاجة أو الرغبة .
ج- الشاملة على دخل العملاء .
د- كل ما سبق .
- ٤- من أمثلة الأهداف عملية الصياغة .. :
- أ- زيادة الحصة السوقية من ٢٠% خلال العام الحالي ، لتصل إلى ٢٥% خلال العام القادم .
ب- زيادة الحصة السوقية .
ج- تحسين الصورة الذهنية للشركة لدى جمهورها .
د- كل ما سبق .
- ٥- امتلاك المنافسين أو زيادة السيطرة عليهم ، يعتبر من قبيل التكامل .. :
- أ- الرأسي للخلف .
ب- الرأسي للأمام .
ج- الأفقي .
د- الدائري .
- ٦- وفقا لشبكة مجموعة بوسطن الاستشارية: الشركة التي لها حصة سوقية عالية ، ومعدل نمو الصناعة التي تنتمي لها مرتفقا هي شركة تدخل ضمن خلية (في شبكة بوسطن الاستشارية) تسمى .. :
- أ- علامة الاستفهام .
ب- النجوم .
ج- الكلاب .
د- البقرة الحلوب .
- ٧- أول خطوة من خطوات البحث الميداني ، هي ..:
- أ- مجتمع البحث والعينة .

٤
ب/ تجميع السلع من مصادرها المتباينة

د/ كل الإجابات صحيحة

أ/ التنبؤ باحتياجات متاجر التجزئة

ج/ الاحتفاظ بمخزون سئعي كبير

٣٩- يطلق على عمليات البيع والأنشطة الخاصة ببيع السلع والخدمات للمستهلك النهائي:

ب/ تجارة الجملة

د/ كل الإجابات صحيحة

أ/ تجارة التجزئة

ج/ تجارة السلسلة

٤٠- تتشابه متاجر السلسلة والمتاجر المستقلة في الآتي :

أ/ تعدد الفروع

ب/ تشابه الفروع

ج/ متاجر تجزئه

د/ كل الإجابات خاطئة

٤١- من أدوات الترويج الأساسية:

أ/ الإعلان والبيع الشخصي

ج/ البيع الشخصي وتشهيط المبيعات

٤٢- يعتبر الإقناع والتذكير من أهم أهداف:

أ/ التوزيع

ج/ تجارة التجزئة

ب/ الإعلان وتشهيط المبيعات

د/ كل الإجابات صحيحة

ب/ الترويج

د/ تجارة الجملة

٤٣- تحدد المبالغ المخصصة للأنشطة الترويجية على أساس:

أ/ نسبة من المبيعات

ج/ ميزانيات المنافسين

ب/ كل الأموال المتوفرة في المنظمة

د/ كل الإجابات صحيحة

٤٤- تعتبر الصحف من أهم وسائل:

أ/ التوزيع المباشر

ج/ البيع المباشر

ب/ التوزيع غير المباشر

د/ كل الإجابات خاطئة

٤٥- هو عبارة عن اتصال مباشر بين ممثلي الشركة والعملاء المتوقعين والحاليين:

أ/ البيع بالمزاد

ج/ البيع الإلكتروني

ب/ البيع الشخصي

د/ كل الإجابات صحيحة

٤٦- يشير إلى جميع المنتجات وخطوط المنتجات التي تقدمها المنظمة للسوق:

أ/ خط المنتجات

ج/ طول خط المنتجات

ب/ مزيج المنتجات

د/ كل الإجابات صحيحة

٢٦. السوق هو مجموعة من العملاء الحاليين والمتوقعين لديهم .
أ - الرغبة في منتج معين
ب - القدرة الشرائية
ج - سلطة التصرف واتخاذ قرار الشراء
د - جميع ما سبق
٢٧. طبقا لشبكة بوسطن الاستشارية إذا كانت الحصة السوقية للشركة مرتفعة ومعدل نمو الصناعة منخفض، فإن الشركة تتبع الإستراتيجية التالية:
أ - إستراتيجية الدفاع عن الحصة السوقية.
ب - إستراتيجية هجومية للمحافظة على الوضع الحالي.
ج - إستراتيجية تركز على تخفيض المصروفات.
د - جميع ما سبق.
٢٨. كل ما يلي يمثل عناصر البيئة التسويقية الخارجية العزلة فيما عدا:
أ - التكنولوجيا (ب) الموردون
ب - الظروف الاقتصادية
ج - العوامل الديموجرافية
د - جميع ما سبق
٢٩. يتم استخدام المعلومات التي توفرها بحوث التسويق في:
أ - تحديد الفرص والمشاكل التسويقية
ب - تقييم التصرفات التسويقية
ج - متابعة الأداء التسويقي
د - تقدير الشراء هو من:
٣٠. يؤثر في قرار الشراء
أ - يؤثر في قرار الشراء
ب - يتخذ قرار الشراء
ج - يقترح شراء منتج معين
د - يستخدم المنتج
٣١. يقصد التصرفات التي تنوي الشركة اتخاذها بالنسبة لمنتج معين (أو مجموعة منتجات) في سوق معين لتحقيق أهدافها التسويقية .
أ - بالنتيكتيك
ب - بالإستراتيجية التسويقية
ج - بالإستراتيجية
د - بالرسالة
٣٢. هم من يقومون ببيع السلع أو الخدمات لحساب المنتج ويحصلون على عمولة.
أ - الوسطاء التجاريين
ب - المشترين الصناعيين
ج - الوسطاء الوكلاء
د - المنتجون
٣٣. يمثل أعضاء قناة التوزيع في كل ما يلي فيما عدا:
أ - المنتج
ب - الشركات المتخصصة في التخزين
ج - المستهلك
د - الوسطاء
٣٤. يعتبر اشتراك منتجي السيارات في إعلان يدفع المستهلكين لشراء السيارات بغرض التفتت عن الماركة من قبيل إثارة :-
أ - دوافع التعامل
ب - الدوافع الأولية
ج - الدوافع الانتقائية
د - دوافع أخرى

بقية التي تربط عملاء وجمهور المنشأة بمسئولي التسويق فيها ، وذلك من خلال توفير المعلومات.

معلومات تسويق

توجيهية تقوم على التعامل مع السوق على أساس ما هو شائع فيه ، حيث يتم استهداف السوق كله بمزيج تسويقي

استراتيجية تسويقية

ب التي تدفع المستهلك لتفضيل شراء ماركة معينة من المنتج على غيرها من الماركات .

سؤال الثالث : حدد ما إذا كانت كل عبارة من العبارات التالية صحيحة (✓) أم خاطئة (✗)

العبارة	علامة صح أو خطأ
البيع والإعلان.	✗
سليمة مستمرة تبدأ من السوق وينتهي بالسوق.	✗ ✓
يتم تسويقي يركز على المكان الذي يلتقي فيه العرض مع الطلب.	✗ ✓
تقسيم السوق تقسم السوق الكلية إلى مجموعات تتشابه فيما بينها في احتياجات ورغبات العملاء، ولكن كل مجموعة	✗
حاجة القطاعات المتعددة، يتم تقسيم السوق إلى قطاعات ، ثم يتم اختيار قطاع واحد من قطاعات السوق ويتم تقديم مزيج	✗
لذا فإن يحددان ما إذا كان المنتج سلعة استهلاكية أم سلعة إنتاجية ، هما : نوع السلعة ومستوى جودتها .	✗
الشرائية التي يكون المنتج فيها محدود القيمة وكثير البدائل ، يتم الانتقال بسرعة من مرحلة الشعور بالحاجة إلى مرحلة	✗ ✓
الحظي إلى عمليات الشراء التي تتم بتخطيط محدود أو بدون تخطيط إطلاقاً.	✓
الحاجات تأخذ شكل هرمي قاعدته الحاجات الطبيعية (الفسولوجية) والتي يجب أن تشبع أولاً قبل الصعود إلى الحاجة	✓
العويل بالدوافع العاطفية يكون قرار الشراء عفويًا دون تفكير مسبق أو بتفكير محدود.	✗ ✓

الرابع : قارن بين كل مما يأتي:

السوق