

A

٣٧- إستراتيجية التسويق المركز تعني:

- أ- ان المنظمة تقوم بتجزئة السوق إلى قطاعات تسويقية عديدة ومختلفة حسب الرغبات والحاجات الخاصة بالعملاء ومن ثم تختار المنظمة عدداً كبيراً من هذه القطاعات لخدمتها
- ب- اختيار المنظمة لقطاع سوقي واحد من بين القطاعات السوقية التي تم تحديدها، وفي نفس الوقت اختيار مزيج تسويقي واحد لهذا القطاع من المستهلكين
- ج- ان المنظمة تقوم بتجزئة السوق إلى قطاعات تسويقية عديدة ومختلفة حسب الرغبات والحاجات الخاصة بالعملاء، وتختار المنظمة كل القطاعات التسويقية لخدمتها والتعامل مع كل قطاع كسوق مستقل
- د- كل ما سبق صحيح.

٣٨- من خطوات إعداد البحث التسويقي نجد:

- أ- تصميم وتطوير خطة دقيقة وواضحة لجمع البيانات اللازمة.
- ب- جمع البيانات.
- ج- استخلاص النتائج التي لها صلة بموضوع الدراسة من البيانات التي تم جمعها وتقديم مجموعة من التوصيات.
- د- كل ما سبق صحيح.

٣٩- يمارس نشاط التسويق في:

- أ- كافة المؤسسات ومع كافة المنتجات
- ب- المنتجات الرأسمالية فقط.
- ج- المؤسسات الربحية فقط.
- د- السلع المستهلكة فقط.

٤٠- تقوم النظريات السيكولوجية على:

- أ- دراسة العناصر النفسية للفرد وتأثيرها في سلوكه الشرائي.
- ب- تعظيم المنفعة وتقليل التكلفة.
- ج- تصرف عقلائي لدى المشتري أثناء عمليات الشراء
- د- ثبات سلوك المستهلك على مدار الوقت

٤١- تبرز أهمية دراسة سلوك المستهلك لمدراء التسويق في الآتي:

- أ- مساعدتهم في تصميم الإستراتيجية التسويقية
- ب- التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين
- ج- تجزئة السوق واختيار القطاعات المربحة.
- د- تحليل وتوصيف السلوك الشرائي ومحدداته.

A

٢٥- من أسس تقسيم سوق السلع الاستهلاكية نجد:  
أ- تقسيم السوق إلى قطاعات طبقاً للمناطق الجغرافية.  
ب- تقسيم السوق إلى قطاعات سوقية بناء على المتغيرات الديموغرافية للسكان.  
ج- تقسيم السوق إلى عدة قاعات بناء على نمط حياة العملاء وصفاتهم الشخصية.  
د- كل ما سبق صحيح

٢٦- يعتبر "Philip Kotler" ان التسويق هو:

أ- عملية اجتماعية يحصل من خلالها الأفراد والجماعات على احتياجاتهم ورغباتهم  
ب- نشاط إنساني موجه يعمل على إشباع حاجات ورغبات كل من المنتج والمستهلك  
ج- عملية اجتماعية وإدارية يحصل من خلالها الأفراد والجماعات على حاجاتهم ورغباتهم  
د- كل ما سبق صحيح

٢٧- من خصائص سلوك المستهلك:

أ- سلوك هادف.  
ب- سلوك يتأثر بالعديد من العوامل.  
ج- سلوك غير مستمر  
د- سلوك هادف و سلوك يتأثر بالعديد من العوامل معا

٢٨- تتمثل أهمية دراسة سلوك المستهلك لرجال الأعمال في الآتي:

أ- تجزئة السوق وتقييمه واختيار القطاعات المرشحة بهدف استهدافها  
ب- الاستجابة السريعة للتغيرات في حاجات وخصائص المستهلكين  
ج- التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين  
د- كل ما سبق صحيح

٢٩- العميل الفرد هو :

أ- الذي تكون حاجاته محدودة وبسيطة.  
ب- الذي تكون حاجاته متنوعة ومعقدة.  
ج- الذي تكون حساسيته للأسعار منخفضة أو منعدمة.  
د- الذي تكون طبيعة الخدمة المقدمة له متنوعة حسب الإحتياج.

٣٠- من خطوات الشراء عند المشتري الصناعي:

أ- التعرف على الحاجة و تحديد خصائص المشتريات.  
ب- تحديد الكمية المطلوبة و البحث عن مصادر للتوريد.  
ج- تلقي عروض الموردين و دراستها وتقييمها.  
د- كل سبق صحيح.

A

٤٢- المستهلك النهائي هو ذلك:

- أ- الذي يقوم بشراء السلع والخدمات لاستعماله الشخصي.  
ب- الذي يقوم بشراء السلع والمواد أو المعدات التي تمكنه من إنتاج سلع نهائية.  
ج- الذي يقوم بشراء المنتجات لبيعها مع القيام عليها بتعديلات قبل بيعها.  
د- لا شيء مما سبق

٤٣- من بين الفئات التي لها دور فعال في عملية اتخاذ القرار الشرائي نجد:

- أ- المبادرون إلى الشراء.  
ب- الشخص الذي يعطي المعلومات عن السلعة ويؤثر في شرائها.  
ج- الشخص الذي يستهلك أو يستعمل السلعة أو الخدمة.  
د- كل ما سبق صحيح

٤٤- تتأثر دراسة سلوك المستهلك و تؤثر في العلوم الإنسانية من خلال:

- أ- علم النفس الاجتماعي  
ب- بدراسة ثقافات الأجناس البشرية و دراسة خصائص السكان  
ج- علم الاقتصاد و الاقتصاد المنزلي  
د- كل ما سبق صحيح

٤٥- من الناحية التسويقية يمكن تعريف الإدراك على انه:

- أ- الصورة التي يكونها المستهلك عن البيئة المحيطة به.  
ب- عمليات اختيار وتفسير لمؤثر ما أو لمعلومات ما أو للإشارات التي يتلقاها الفرد عن طريق الحواس الخمس.  
ج- العملية التي يتم من خلالها معرفة الفرد للأشياء الموجودة في عالمه المحيط به  
د- لا شيء مما سبق

٤٦- من العوامل المؤثرة في التعلم لدى المستهلك نجد:

- أ- مستوى الوعي لدى المستهلك  
ب- الخبرات السابقة المكتسبة للمستهلك  
ج- طرق التعلم التي استخدمها المستهلك في حياته  
د- كل ما سبق صحيح

٤٧- تمتاز الثقافة بعدة خصائص تساعد رجل التسويق على التنبؤ بسلوك المستهلك، ومنها:

- أ- أنها هادفة ومتفرعة.  
ب- أنها قابلة للقياس.  
ج- أنها ديناميكية.  
د- كل ما سبق صحيح

A

٣١- يعتبر علم دراسة سلوك المستهلك:

- أ- علما قائما منذ بداية التاريخ.
- ب- علما جديدا ظهر في بداية القرن العشرين.
- ج- علما جديدا يرجع الى ما بعد الحرب العالمية الثانية.
- د- لا شيء مما سبق

٣٢- من الدوافع الداخلية المؤثرة على سلوك المستهلك الشرائي نجد :

- أ- إحساس الفرد بحاجته إلى إشباع حاجاته الفسيولوجية.
- ب- المؤثرات التي تأتي من عناصر البيئة التي يعيش فيها أو يتعامل معها.
- ج- الجهود التسويقية أو البرامج والرسائل الترويجية التي تنفذها المنظمات للتأثير على المستهلك.
- د- لا شيء مما سبق

٣٣- ادراك المستهلك يمر بمراحل وهي:

- أ- التعرض لمثيرات من البيئة المحيطة ثم استقبالها عن طريق الحواس وبالتالي ادراكها و تفسيرها حتى الحصول على ردة فعل المستهلك.
- ب- التعرض لمثيرات من البيئة الداخلية ثم استقبالها عن طريق الحواس فقط.
- ج- التعرض لمثيرات من البيئة الخارجية ثم الحصول على ردة فعل المستهلك فقط.
- د- لا شيء مما سبق.

٣٤- حسب نظرية التعليم الشرطي الإجرائي:

- أ- سلوك المستهلك هو رد فعل لا إرادي للمثير الحسي.
- ب- سلوك المستهلك هو نتاج تجاربه حتى ولو بأسلوب المحاولة والخطأ.
- ج- سلوك المستهلك هو نتاج التعلم من تجارب الآخرين.
- د- لا شيء مما سبق

٣٥- تتميز الطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها الفرد بجملة من الخصائص منها ان:

- أ- كل مجتمع يتكون من مجموعة من الطبقات ذات الخصائص المتباينة فقط.
- ب- كل مجتمع يتكون من مجموعة من الطبقات ذات الخصائص المتجانسة.
- ج- كل مجتمع يتكون من مجموعة من الطبقات ذات الخصائص المتباينة وكل طبقة ثقافتها التي تحدد سلوكها الشرائي.
- د- لا شيء مما سبق

٣٦- من عناصر البيئة الخارجية الخاصة نجد:

- أ- كل من يتعامل مع المنظمة وتفيد المنظمة ويستفيد منها.
- ب- مجموعة الافراد او المؤسسات التي تعمل في نفس القطاع.
- ج- الشركات و الأشخاص الذين يزودون المنظمة بالمواد اللازمة لعملية التصنيع او الإنتاج.
- د- كل ما سبق صحيح

A

١٣- البحوث الاستطلاعية هي:

- أ- التي تعتمد على اختيار مجموعات متناظرة من المتغيرات الرئيسية لمعرفة علاقة السبب بالنتيجة للوصول إلى استنتاجات سليمة.  
ب- التي تعتمد على جمع البيانات من خلال معرفة استجابات المجيبين عن أسئلة الاستبيان.  
ج- التي تعتمد على جمع البيانات عن طريق الملاحظة للأشخاص و المجموعات ذات العلاقة.  
د- كل ما سبق

١٤- من خصائص التسويق:

- أ- مجموعة من المهام والوظائف التي تركز على المستهلك المستهدف، والأسواق المستهدفة.  
ب- نشاط يهدف إلى إشباع حاجات ورغبات العملاء.  
ج- نشاط اقتصادي اجتماعي يساهم في تحقيق الوفورات ونشر الوعي والاستقرار داخل المجتمع.  
د- كل ما سبق صحيح

١٥- من عيوب النظريات الاقتصادية:

- أ- التغيير المستمر في سلوك المستهلك على مدار الوقت.  
ب- المشتري يسعى دائماً إلى تعظيم منفعته وإشباع حاجاته من خلال أقل تكلفة.  
ج- أنها لم تتناول دراسة العناصر النفسية التي تؤثر على سلوكيات الأفراد.  
د- أن تصرف المشتري في عمليات الشراء دائماً عقلاني

١٦- تتمثل أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمنظمة فيما يلي:

- أ- معرفة حاجات ورغبات المستهلك بهدف تصميم منتجاتها تضمن قبولها لدى المستهلكين.  
ب- اكتشاف فرص تسويقية جديدة داخل السوق المستهدفة.  
ج- رسم سياساتها السعرية في حدود الإمكانيات الشرائية للمستهلكين.  
د- كل ما سبق صحيح

١٧- من أهم المبادئ الموجهة بإسعاد العميل نجد :

- أ- خلق رؤية استراتيجية موجهة للحفاظ على العميل.  
ب- توفير الحرية للعاملين لخدمة العملاء.  
ج- الالتزام بمبدأ تحويل الأقوال إلى أفعال يدركها العميل.  
د- كل ما سبق صحيح

١٨- من العوامل التي تؤثر في القرار الشرائي للمستهلك نجد:

- أ- طبيعة المشتريين.  
ب- خصائص المنتجات و المنتجين.  
ج- طبيعة الموقف الشرائي.  
د- كل ما سبق صحيح.

A

١٩- من أسباب تطور دراسة سلوك المستهلك نذكر:

- أ- طول دورة حياة المنتجات.
- ب- الاهتمام المتزايد بحماية المستهلك.
- ج- النمو البطيء بتسويق الخدمات.
- د- لا شيء مما سبق.

٢٠- من الدوافع الخارجية المؤثرة على سلوك المستهلك الشرائي نجد :

- أ- الدوافع الفسيولوجية او النفسية والعقلية والعاطفية و الشعورية المدركة.
- ب- المؤثرات التي تأتي من عناصر البيئة التي يعيش فيها ويتعامل معها.
- ج- الدوافع اللاشعورية و الغير مدركة.
- د- لا شيء مما سبق

٢١- يتسم التعلم بالخصائص التالية:

- أ- أن المستهلك يتعلم من تجاربه الشخصية.
- ب- أن المستهلك يتعلم من تجارب الآخرين ومن الأحداث والمواقف التي تحدث حوله.
- ج- ثبات السلوك الشرائي والنمط الاستهلاكي للمستهلك.
- د- أن المستهلك يتعلم من تجاربه الشخصية و من تجارب الآخرين.

٢٢- حسب نظرية التعلم الذهني:

- أ- التعلم هو رد فعل لا إرادي للمثير الحسي.
- ب- التعلم هو استجابة لا إرادية لمثيرات تعزز وتدعم اتجاه محدد لسلوك المستهلك.
- ج- التعلم يحدث نتيجة تفكير المستهلك ومواجهته للمشاكل.
- د- التعلم يحدث نتيجة التجارب المتكررة.

٢٣- الأسرة المعيشية هي:

- أ- الأسرة التي يربي فيها المستهلك ومنها يكتسب العديد من القيم.
- ب- الأسرة المتكونة من الزوجين فقط دون وجود أبناء.
- ج- الأسرة الام مع افراد معاونين لها.
- د- لا شيء مما سبق

٢٤- من عناصر البيئة الخارجية العامة نجد:

- أ- المتغيرات الاقتصادية و السياسية.
- ب- المتغيرات الثقافية و الديموغرافية.
- ج- المتغيرات التكنولوجية.
- د- كل ما سبق صحيح.

A

٧- يمكن تعريف دوافع المستهلك على انها :

- أ- تلك القوى الكامنة التي تدفع المستهلك لتبني سلوك معين نتيجة تعرضه إلى مثيرات أو منبهات بيئية مختلفة.  
ب- قوة أو طاقة كامنة لدى الفرد، تحركه أو تثيره ليسلك سلوك معين من أجل إشباع حاجة لديه.  
ج- قوى محركة داخلية تجعل المستهلك يتصرف بطريقة هادفة.  
د- كل ما سبق صحيح

٨- يتميز الإدراك بمجموعة من الخصائص منها انه:

أ- عملية ذاتية أو شخصية.

ب- عملية انتقائية.

ج- عملية تراكمية.

د- كل ما سبق صحيح

٩- حسب نظرية التعلیم الشرطي التقليدي:

- أ- سلوك المستهلك هو رد فعل لمثير الحسي.  
ب- سلوك المستهلك لا علاقة له بالمثيرات الحسية.  
ج- سلوك المستهلك هو رد فعل للمشاكل الشرائية التي يتعرض لها.  
د- لا شيء مما سبق.

١٠- الثقافات الرئيسية هي:

- أ- التي تعبر عن العادات والتقاليد التي اعتاد عليها المواطنين في بلد ما.  
ب- الثقافات المتطفلة مثل التي تأتي من ثقافات دول أخرى.  
ج- الثقافات التي تكتسب من التجارب الشرائية.  
د- كل ما سبق.

١١- تتحدد خصائص قرارات الشراء ونمط الاستهلاك داخل الأسرة من خلال الاعتبارات الأساسية التالية:

أ- حجم الأسرة أو عدد أفرادها

ب- الفئات العمرية للأفراد داخل الأسرة

ج- طبيعة النمط المعيشي والاجتماعي للأسرة

د- كل ما سبق صحيح

١٢- السوق هو:

- أ- المنطقة الجغرافية التي يلتقي فيها مجموعة من المشتريين ومجموعة من البائعين  
ب- المكان الذي يتم فيه العرض والطلب لمنتج ما بهدف تسويقه  
ج- مجموعة من الأفراد أو المنظمات أو الشركات الذين تتوفر لديهم الحاجة إلى منتج ما ولديهم المقدرة والرغبة والسلطة لشراء تلك المنتج  
د- كل ما سبق صحيح

A

١- يمكن تعريف التسويق على أنه:

- أ- مجرد عملية بيع
- ب- مجرد عملية تسعير للسلع والخدمات
- ج- مجرد عملية ترويج للسلع والخدمات
- د- مجموعة من الأنشطة لتخطيط الإنتاج وتقديم السلع وتسعيرها وترويجها وتوزيعها

٢- مفهوم البيع يتضمن ما يلي:

- أ- النظام متكامل يتفاعل مع الأنشطة الأخرى في المنظمة لإشباع حاجات المستهلك.
- ب- الحفاظ على المستهلكين الفعليين أو القدامى فقط.
- ج- مجرد إتمام عملية المبادلة بين المنظمة والمستهلك
- د- جذب مستهلكين جدد دون التركيز على المستهلكين الفعليين أو القدامى.

٣- تقوم النظريات السلوكية على:

- أ- أن سلوك المشتري ليس دائماً رشيداً أو عقلانياً
- ب- أن سلوك المشتري تحكمه مجموعة من العوامل التي تؤثر فيه.
- ج- تعظيم المنفعة و تقليل التكلفة.
- د- أن سلوك المشتري تحكمه مجموعة من العوامل التي تؤثر فيه و ليس دائماً رشيداً أو عقلانياً معاً

٤- العميل المؤسسي هو:

- أ- الذي تكون حاجاته متنوعة ومعقدة.
- ب- هو الذي تكون طبيعة الخدمة المقدمة له نمطية.
- ج- هو الذي يكون حجم الشراء عنده محدود.
- د- الذي تكون حساسيته للأسعار مرتفعة بدرجة كبيرة.

٥- المشتري الصناعي هو ذلك:

- أ- الذي يقوم بشراء السلع أو الخدمات لاستخدامه الخاص.
- ب- الذي يقوم بشراء السلع المختلفة ليس بهدف استهلاكها ولكن بهدف إدخالها في العمليات الإنتاجية.
- ج- الذي يكون حلقة الوصل بين المنظمة وعملائها.
- د- لا شيء مما سبق

٦- تتمثل المراحل الأساسية لعملية اتخاذ القرار الشرائي فيما يلي:

- أ- اتخاذ قرار الشراء ثم تقييم البدائل بين المعلومات عن السلع المعروضة.
- ب- تجميع المعلومات عن السلع في الأسواق ثم تقييمها واتخاذ قرار الشراء.
- ج- اتخاذ قرار الشراء ثم البحث عن معلومات ومن ثمة تقييم البدائل.
- د- الشعور بالحاجة ثم البحث عن معلومات ومن ثمة تقييم البدائل و المقارنة بينها الى اتخاذ قرار الشراء.