

الأسئلة التفاعلية

مبادئ التسويق

# الوحدة الأولى

1- يعتبر التسويق جزء من البيع (صحيحة)

2- يهتم التسويق المجتمعي بإشباع حاجات الفرد فقط ( خطأ )

3- تعتبر الرغبة سابقه على الحاجة في الفكر التسويق ( خطأ )

4- بدأ الفكر التسويقي بفلسفة التوجيه بالإنتاج (صحيحة)

5- يتطلب التسويق دراسة حاجات ورغبات العملاء (صحيحة)

6- من عناصر المزيج التسويقي

1. المنتج ب- الإنتاج

ج- التسويق د- التمويل

7- يركز التسويق على زيادة المبيعات في الأجل

أ - القصير ب- المتوسط

ج- الطويل د- لا شيء مما سبق

8- يتضمن التسويق المواءمة بين

أ- المنتجات والأسواق ب- المنتجين والعرض

ج- الرغبات والحاجات د- التخطيط والتنظيم

9- يبدأ التسويق

أ - قبل الانتاج

ب- أثناء الانتاج

ج- بعد الانتاج

ج- كل ما سبق

10- يركز المفهوم البيعي على زيادة

أ - المشتريات

ب- المبيعات

ج- رضا العميل

د- خدمة العملاء

## الوحدة الثانية

- 1- يتم تحليل البيئة الداخلية للمنظمة بهدف معرفة الفرص والتهديدات ( خطأ )
- 2- يتم تحليل البيئة الخارجية بهدف معرفة نقاط القوة والضعف ( خطأ )
- 3- يركز التخطيط الاستراتيجي على الفترة طويلة الأمد ( صحيحة )
- 4- يعتبر أسلوب مجموعة بوسطن الاستشارية أسهل وأقل تعقيداً من أسلوب جنرال إلكتريك في عمليات التخطيط ( صحيحة )
- 5- يعتبر تحليل الفرص والتهديدات الخطوة الثالثة من خطوات التخطيط ( خطأ )
- 6- تقوم استراتيجية التدعيم على
  1. زيادة الإنفاق
  - ب- تخفيض الإنفاق
  - ج- تثبيت الإنفاق
  - د- عدم الإنفاق
- 7- من الاستراتيجيات الدفاعية
  2. تطويق العدو
  - ب- الهجوم الوقائي
  - ج- الالتفاف حول العدو
  - د- الهجوم المباشر
- 8- تتعلق البيئة الديموغرافية بالتغيرات التي تطرأ على
  3. المنتجات
  - ب- الشركات
  - ج- السكان
  - د- البيئة
- 9- من أصعب العوامل البيئية التي يمكن مراقبتها تلك المتعلقة بالبيئة

ب- الاقتصادية

4. السياسية

د- الثقافية العامة

ج- القانونية

10- من عناصر البيئة الاقتصادية التي يجب دراستها

ب- التضخم

5. أسعار الفائدة

د- كل ما سبق

ج- الدخل القومي

## الوحدة الثالثة

- 1- تعتبر المواقف الشرائية المطولة ( المكثفة ) هي مواقف شرائية روتينية ( خطأ )
- 2- يتحقق رضا العملاء في حالة زيادة الأداء الفعلي للمنتج عن المستوى المتوقع منه ( صحيحة )
- 3- يعتبر اتخاذ القرار الشرائي هو المرحلة الرابعة من مراحل عملية الشراء الاستهلاكي ( صحيحة )
- 4- تهتم مرحلة تقييم البدائل كأحدى مراحل الشراء بتقييم الماركات البديلة ( صحيحة )
- 5- يعتبر المقرر هو الشخص الذي يستخدم المنتج ( خطأ )

6- المحرك هو الشخص الذي

أ- يكتشف الحاجة للسلعة      ب- يوجه قرار الشراء

ج- يتخذ قرار الشراء      د- يشتري المنتج

7- يعتبر الفرد عميل

أ- منظمة      ب- صناعي

ج- استهلاكي      د- لا شيء مما سبق

8- يعبر مركز الشراء عن

أ- مجموعة من الموردين لتوريد مشتريات المنظمة

ب - مجموعة من الأفراد لاتخاذ قرار الشراء

ج- مجموعة من المنظمات

د- مجموعة من الوسطاء

9- يعبر الفلتر في عملة الشراء عن الشخص الذي

أ- يؤثر في قرار شراء المنتج      ب- يستعمل المنتج

ج- يشتري المنتج      د- يتحكم في المعلومات عن المنتج

10- يعتبر لجوء الشخص لأصدقائه في البحث عن المعلومات أحد المصادر

أ- الشخصية      ب- الرسمية

ج- غير الشخصية      د- لاشيء مما سبق

## الوحدة الرابعة

- 1- يعتبر المناخ الاجتماعي من العوامل البيئية المؤثرة على سلوك المستهلك النهائي ( **صحيحة** )
- 2- تعبر القيم الاجتماعية في المجتمع عن ميول أفراده نحو الأشياء ( **خطأ** )
- 3- تعبر الأسرة عن الطبقات الاجتماعية المؤثرة على سلوك المستهلك النهائي ( **خطأ** )
- 4- يعتبر الدخل ضمن العوامل الشخصية المؤثرة على سلوك المستهلك النهائي ( **صحيحة** )
- 5- ترتبط الدوافع الأولية بعدم اختيار الماركة في الاعلان ( **صحيحة** )
- 6- تعبر الدوافع الخارجية عن
- أ- حالة عقلية                      ب- حالة نفسية
- ج- حالة فسيولوجية                      د- مثيرات ناتجة عن علاقة الفرد بالبيئة
- 7- يعبر الإدراك عن
- أ- طريقة تفسير الفرد للمؤثرات البيئية                      ب- التصرف أو السلوك
- ج- معايير السلوك                      د- ميول الأفراد نحو الأشياء
- 8- تعتبر أقل الحاجات إلحاحاً وفق هرم ماسلو
- أ- الحاجات الفسيولوجية                      ب- الحاجات الاجتماعية
- ج- الحاجة إلى تحقيق الذات                      د- الحاجة إلى الأمن



9- من العوامل الشخصية المؤثرة على سلوك المستهلك النهائي

أ- القيم الاجتماعية

ب- الدخل

ج- وسائل الاعلام

د- المناخ الاجتماعي

10- تعرف المعايير التي تحدد الأنماط المقبولة وغير المقبولة بـ

أ- القيم الاجتماعية

ب- الاتجاهات

ج- الإدراك

د- الشخصي

## الوحدة الخامسة

1- تعتبر الأسرة من أنواع المشتريين الصناعيين ( خطأ )

2- يشتق الطلب على السلع والخدمات الصناعية من الطلب على السلع والخدمات التي ينتجها المشترون الصناعيون

( صحيحة )

3- تعتبر السوق الأفقية أقل حجماً من السوق الرأسية ( خطأ )

4- تعتمد القوة الذهنية على ما يمتلكه الشخص من حقوق

شرعية ( خطأ )

5- يعتبر تحديد خصائص الصنف المطلوب المرحلة الثانية من مراحل عملية الشراء الصناعي .

( صحيحة )

6- تعتبر درجة الجودة في المواقف الشرائية الجديدة تماماً

أ- منخفضة ب- مرتفعة

ج- متوسطة د- منخفضة احياناً ومرتفعة اخرى

7- من العوامل المؤثرة على سلوك المشتري الصناعي ولا تؤثر على سلوك المستهلك النهائي تلك المتعلقة بالعوامل

أ- التنظيمية ب- البيئية

ج- الشخصية د- الاقتصادية

8- تعتبر المرحلة الثالثة من مراحل عملية الشراء الصناعي

أ- تحديد المشكلة ب- تحديد خصائص الصنف

ج- توصيف خصائص الصنف د- تقييم الموردين

9- يتميز سوق المشتري الصناعي بـ

أ- طول قناة التوزيع ب- التشتت الجغرافي

ج- التركيز على الإعلان د- قصر منافذ التوزيع

10- يعبر مركز الشراء الصناعي عن مجموعة من

أ- الأفراد داخل الشركة المشتري

ب- الموردين

د- البائعين

ج- الوسطاء

## الوحدة السادسة

- 1- يقصد بتقسيم السوق تجزئة الأسواق الكبيرة المتجانسة إلى أسواق صغيرة غير متجانسة ( خطأ )
- 2- من مزايا تقسيم السوق توضيح أفضل للسوق ( صحيحة )
- 3- تعتبر الحالة الاجتماعية من العوامل الجغرافية التي يمكن تقسيم السوق على أساسها ( خطأ )
- 4- يعتبر نوع التكنولوجيا المستخدمة من العوامل الخاصة بالتشغيل والتي يمكن تقسيم السوق الصناعي على أساسها ( صحيحة )
- 5- تعتبر دوافع المستهلك من العوامل الشخصية التي يمكن تقسيم السوق الصناعي على أساسها ( صحيحة )
- 6- في استراتيجية التسويق الموحد يتم تقديم

أ- مزيج تسويقي متعدد      ب- مزيج تسويقي واحد

ج- منتجات متعددة      د- اعلانات متعددة

7- تتمثل المرحلة الأولى من مراحل دورة حياة المنتج في

أ- النمو      ب- النضج

ج- التقديم      د- الهبوط

8- من العوامل الديموغرافية في تقسيم السوق الصناعية

أ- حجم العملاء      ب- العمر

ج- الدخل      د- نوع التكنولوجيا

9- من العوامل الاقتصادية الاجتماعية في تقسيم السوق الاستهلاكية

أ- النوع

ب- حجم الأسرة

د- المهنة

ج- دورة حياة الأسرة

10- من العوامل السلوكية في تقسيم السوق الاستهلاكية

ب- التعليم

أ- الولاء

د- نوع التكنولوجيا

ج- الدخل

## الوحدة السابعة

- 1- المنتج الفعلي هو قلب أو لب المنتج ( خطأ )
- 2- تعتبر السلع الأساسية منتجات ميسرة ( صحيحة )
- 3- المنتجات غير المنشودة هي منتجات لا يفكر المستهلك في شرائها برغم علمه بوجودها ( صحيحة )
- 4- تعتبر العدد والأدوات الصغيرة المساعدة من السلع الصناعية التي لا تدخل في العملية الانتاجية ( صحيحة )
- 5- تعتبر المنتجات الزراعية من السلع الخاصة ( خطأ )
- 6- الجزء المنطوق من الماركة هو
- أ- الاسم التجاري      ب- اسم الماركة
- ج- الماركة      د- العلامة المميزة
- 7- يقصد بعدد خطوط المنتجات
- أ- مزيج المنتجات      ب- طول خط المنتجات
- ج- عمق خط المنتجات      د- تحليل خط المنتجات
- 8- تعتبر المرحلة الثالثة من مراحل دورة حياة المنتج
- أ- النمو      ب- التقديم
- ج- النضج      د- الهبوط

9- تعتبر المرحلة الأولى من مراحل ابتكار المنتجات الجديدة

أ- دراسة الأفكار الجديدة      ب- اختبار الأفكار الجديدة

ج- رسم الاستراتيجيات التسويقية      د- توليد الأفكار

10- تعتبر السلع الانتقائية سلع

أ- تسوق      ب- خاصة      ج- انتقائية      د عفوية

## الوحدة الثامنة

- 1- لا يختلف مفهوم السعر من وجهة نظر المستهلك عنه من وجهة نظر المنظمة ( خطأ )
- 2- تعتبر البساطة من مزايا طريقة التكلفة في التسعير ( صحيحة )
- 3- يطلق على خصم الكمية الممنوح للعميل بالخصم الوظيفي ( خطأ )
- 4- يهدف الخصم النقدي إلى تعجيل دفع قيمة المشتريات ( صحيحة )
- 5- تعتبر الأسعار الفردية والزوجية من ضمن الأسعار السيكولوجية ( صحيحة )

6- تتفق الأسعار المعتادة مع

أ- توقعات العميل      ب- توقعات البائع

ج- أهداف المورد      د- خبرات المنظمة

7- تبدأ استراتيجية التغلغل في السوق بـ

أ- سعر مرتفع      ب- سعر منخفض

ج- خصم سعري      د- خصم كمية

8- من دوافع تخفيض الأسعار

أ- زيادة الطلب على العرض      ب- زيادة معدل التضخم

ج- انخفاض الحصة السوقية      د- زيادة تكلفة الانتاج



9- من أهداف طريقة التسعير اعتماداً على الطلب زيادة

أ- تكلفة الانتاج

ب- الأرباح

ج- رضا العميل

ج- تكلفة التسويق

10- من العوامل المؤثرة على التسعير

أ- العملاء

ب- المنافسة

ج- منافذ التوزيع

د- كل ما سبق

## الوحدة التاسعة

- 1- يعتبر الإعلان عنصراً من عناصر التوزيع ( خطأ )
- 2- يعتبر التعريف طريقة من طرق الترويج ( خطأ )
- 3- يعتبر المستقبل مصدر للتغذية العكسية ( صحيحة )
- 4- تختلف الاستراتيجية الترويجية باختلاف دورة حياة المنتج ( صحيحة )
- 5- تعتبر الطريقة الموضوعية من أفضل الطرق في حساب موازنة الإعلان ( صحيحة )

6- يعتبر الإعلان اتصال

أ- غير شخصي      ب- شخصي

ج- كمي      د- أفقي

7- يعتبر الإشهار اتصال

أ- شخصي      ب- رأسي

ج- كمي      د- غير شخصي

8- وفق استراتيجية الجذب تروج الشركة لمنتجاتها لدى

أ- الموردين      ب- الوسطاء

ج- المستهلكين      د- الحكومة

9- تحتل تنشيط المبيعات اهمية متزايدة في مرحلة

أ- التقديم

ب- الهبوط ( النزول )

ج- النمو

د- النضج

10- يعتبر إقناع العميل بأن قرار شراؤه صائب ترجمة لـ

أ- التعزيز

ب- رضا المورد

ج- التخطيط

د- التنظيم

## الوحدة العاشرة

1- يعتبر التوزيع عنصراً من عناصر المزيج الترويجي ( خطأ )

2- يعتبر النقل من عناصر التوزيع المادي ( صحيحة )

3- يهتم التوزيع الشامل بالمنتجات الاستقرابية ( صحيحة )

4- يعتبر شحن الطلبيية آخر مراحل دورة الطلبيية ( صحيحة )

5- تعتبر المتاجر الحاشدة صغيرة الحجم ( خطأ )

6- تعتبر المتاجر المستقلة متاجر

أ- صغيرة الحجم

ب- متوسطة الحجم

ج- كبيرة الحجم

د- ذات رأس مال كبير

7- يبيع متعهدو التوزيع

أ- بالائتمان

ب- بالنقد

ج- بالمبادلة

د- لا شيء مما سبق

8- يهتم الوكلاء بالعمولة بالسلع

أ- الصناعية

ب- التجارية

ج- الزراعيية

د- الخدمية

9- من عناصر التوزيع المادي

أ- الترويج

ب- التغليف

د- التأمين

ج- التسعير

10- يعتمد التوزيع الاحتكاري على

أ- خدمات ما بعد البيع

ب- العديد من الموزعين

د- قلة من الموزعين

ج- موزع واحد

تم بحمد الله

دعواتكم لي ولوالدي

ولأخيـنا / عماد الحجـيلي (رحمه الله)