

D

١٨. العميل القرد هو الذي تكون حساسيته للأسعار:

- أ- منخفضة.
ب- متعدمة.
ج- مرتفعة.
د- متوسطة.

١٩. التقسيم على أساس هو استخدام المنظمات المناطق كأساس لتقسيم السوق

- أ- جغرافي
ب- نمط الحياة
ج- ولاء العميل
د- ديموغرافي

٢٠. تعدد أهمية دراسة سلوك المستهلك للأسرة في:

- أ- رسم السياسة السعرية للمنظمة.
ب- رسم السياسة الترويجية للمنظمة.
ج- تحليل نقاط قوة ونقاط ضعف البدائل المتاحة.
د- تصميم المزيج الترويجي.

٢١. منطق النظرية السلوكية، أن السلوك الشرائي:

- أ- يهدف الى التباهي.
ب- ليس دائماً رشيداً وعقلاني.
ج- دائماً رشيداً وعقلاني.
د- يتأثر باللاشعور والذات والذات العليا.

٢٢. من أهم المجالات التي تركز عليها المنظمات عند دراسة سلوك المستهلك:

- أ- حماية المستهلك.
ب- كيف ومتى ولماذا يشتري المستهلك.
ج- توعية المستهلك.
د- اختيار البديل الذي يحقق رغبة المستهلك.

٢٣. من بين أسباب تطور دراسة سلوك المستهلك:

- أ- طول دورة حياة المنتجات.
ب- النمو البطيء لتسويق الخدمات.
ج- الاهتمام المتزايد بحماية المستهلك.
د- جمود تسويق الخدمات.

٢٤. هي الأسرة الأصلية مضافاً إليها بعض الأقارب

- أ- الأسرة الزوجية
ب- العائلة
ج- الأسرة المعيشية
د- الأسرة الأم

٢٥. العميل المؤسسي هو الذي لديه:

- أ- حجم شراء محدود.
ب- حاجات متنوعة ومعقدة.
ج- حاجات بسيطة ومحدودة.
د- حساسية مرتفعة للأسعار.

٢٦. من خصائص سلوك المستهلك أنه:

- أ- سلوك غير متغير.
ب- سلوك غير رشيد.
ج- سلوك لا يتأثر بالعوامل الخارجية.
د- سلوك انساني.

٢٧. يعتبر علم دراسة سلوك المستهلك:

- أ- له أصول تاريخية قديمة.
ب- ظهر بعد توفر برامج الكمبيوتر.
ج- ظهر بعد الحرب العالمية الثانية.
د- ظهر في بداية القرن العشرين.

D

٤٨ . ليست من الخصائص التي يتمتع بها سلوك المشتري الصناعي:

- أ- الشراء بكميات قليلة
ب- قرار الشراء عقلاني
ج- اتخاذ القرار جماعي
د- اختبار المنتجات قبل شرائها

٤٩ . ليس من خصائص الثقافة:

- أ- هادفة
ب- لا يمكن قياسها
ج- ديناميكية
د- متفرعة

٥٠ . أول من يقترح فكرة الشراء داخل الأسرة:

- أ- الباحث
ب- المبادر
ج- المؤثر
د- المقرر

D

٢٨. استراتيجية التسويق المتنوع تعني أن المنظمة تختار

- أ- عدد محدود من القطاعات التسويقية
ب- قطاع تسويقي واحد
ج- عدد كبير من القطاعات التسويقية
د- كل القطاعات التسويقية

٢٩. تعني هذه الاستراتيجية اختيار المنظمة لقطاع سوقي واحد من بين القطاعات السوقية التي تم تحديثها، واختيار مزيج تسويقي واحد لهذا القطاع

- أ- استراتيجية التسويق المتنوع أم المتعدد
ب- استراتيجية التسويق المحدود
ج- استراتيجية التسويق المركز
د- استراتيجية التسويق الشامل

٣٠. تتمثل أهمية دراسة سلوك المستهلك لرجال الأعمال في

- أ- تصميم الموقع التنافسي المناسب لمنتجات الشركة.
ب- اختيار البديل الذي يحقق الحاجة.
ج- ادماج الحملة الإعلانية.
د- رسم السياسات السعرية.

٣١. من خصائص التسويق ما يلي

- أ- التركيز على المستهلك المستهدف والأسواق المستهدفة.
ب- الحفاظ على المستهلكين الفعليين فقط.
ج- جذب مستهلكين جدد فقط.
د- التركيز على المنتجات الخدمية فقط.

٣٢. يعتبر الأصدقاء من الجماعات المرجعية

- أ- العضوية
ب- الأولية
ج- الرمزية
د- الثانوية

٣٣. هو تقسيم السوق بناء على الصفات الشخصية للعملاء:

- أ- التقسيم على أساس نمط الحياة
ب- التقسيم على أساس السلوك الشرائي للعميل
ج- التقسيم على أساس الولاء
د- التقسيم الديموغرافي

٣٤. الأفراد الذين ينتمون إلى نفس الطبقة الاجتماعية:

- أ- يشتركون في القيم والاتجاهات وطرق المعيشة
ب- ليس لديهم نقاط تشابه
ج- يستحيل انتمائهم لطبقات مختلفة
د- يميلون لشراء منتجات مختلفة تماما

٣٥. تبرز أهمية دراسة سلوك المستهلك لمدرء التسويق في:

- أ- مراعاة الخصائص المالية للمنظمة.
ب- معرفة أنواع السلوك الاستهلاكي للمستهلكين.
ج- ادماج الحملة الإعلانية.
د- التعرف على نقاط قوة وضعف البدائل المتاحة

٣٦. من عيوب النظرية الاقتصادية، أن:

- أ- تجاهل تأثير العناصر النفسية على المستهلك.
ب- إمكانية قياس مدى الإشباع المتحقق من السلوك الشرائي.
ج- اهتمامها بتأثير العوامل الموقفية على المشتري
د- الهدف الحقيقي من عملية الشراء هو التباه

٣٧. خلال العملية الشرائية، يلعب مستوى الإدراك الحسي دورا رئيسيا في عملية:

- أ- التقييم.
ب- تجميع المعلومات.
ج- الحصول على البدائل.
د- الشعور بالحاجة.

٣٨. الأسرة المعيشية هي الأسرة المتكونة من:

- أ- الزوجين فقط
ب- الأم، الأب والأبناء
ج- الأسرة الأم مع أفراد معلولين لها
د- الأم، الأب، الأبناء والأقارب

٣٩. العوامل الخارجية المؤثرة في الإدراك ما يلي عدا:

- أ- شدة المنبه
ب- الحاجات العضوية
ج- تغير المنبه
د- التكرار

٤٠. هو عملية يتم من خلالها استخلاص مفاهيم وقواعد عامة:

- أ- الإدراك
ب- الإرادة
ج- التعلم
د- الاقتناع

٤١. تحقق دراسة سلوك المستهلك المنافع التالية للمنظمة:

- أ- تعرف المستهلك على نقاط ضعف وقوة البدائل المتاحة.
ب- تصميم الرسائل والخطط والبرامج الترويجية والبيعية.
ج- تنصر المستهلك أثناء عملية الشراء.
د- نشر الوعي داخل المجتمع.

٤٢. تأتي مرحلة تجميع المعلومات عن السلع من مختلف المصادر، أثناء العملية الشرائية، بعد مرحلة:

- أ- تقييم البدائل
ب- الحصول على البدائل
ج- مقارنة البدائل
د- الشعور بالحاجة

٤٣. هي الخطوط العريضة لما يعتبر صوابا ولما يعتبر خطأ في المجتمع:

- أ- التقاليد
ب- الأعراف
ج- العادات
د- القيم

٤٤. هي نوع من البحوث التي تعتمد على استطلاع آراء وملاحظات الأشخاص ذوي العلاقة بموضوع الدراسة:

- أ- البحوث الميدانية
ب- البحوث التطبيقية
ج- البحوث الاستطلاعية
د- البحوث الاحصائية

٤٥. تعتبر العادات والتقاليد التي يكتسبها المواطنون السعوديون من الأجانب العاملين في المملكة من الثقافات:

- أ- المعنوية
ب- الرئيسية
ج- المادية
د- الفرعية

٤٦. تعتبر دراسة سلوك المستهلك هامة للمستهلك، حيث تساعده على:

- أ- تصميم الاستراتيجية التسويقية.
ب- توصيف الأسواق.
ج- تحديد المنافذ التوزيعية
د- إدراك العوامل التي تؤثر على سلوكه الشرائي.

٤٧. هي طرق تفاعل الناس مع بعضهم البعض:

- أ- الأخلاقيات
ب- الأعراف
ج- العادات
د- القيم

D

٩. يقصد بأن الفرد يرى ما يريد أن يراه ويسمع ما يريد أن يسمعه، أن الإدراك عملية:

- أ- انتقائية
- ب- شخصية
- ج- تراكمية
- د- لحظية

١٠. من بين تصريفات المستهلك النهائي:

- أ- الشروع
- ب- التناقص
- ج- المؤسسي
- د- العامل

١١. يتضمن تعريف الربح ما يلي:

- أ- يوجد تكامل بين التسويق والبيع.
- ب- يقتصر الربح على إتمام عملية المبادلة بين المنظمة والمستهلك.
- ج- يهتم الربح بالحفاظ على المستهلكين الفاعلين فقط.
- د- يوجد تناقص بين الربح والتسويق.

١٢. توزيع السكان كعامل من العوامل المؤثرة في قرار الشراء يتلخص تحت:

- أ- العوامل الاجتماعية
- ب- نمط الحياة
- ج- طبيعة الأسرة
- د- العوامل الديموغرافية

١٣. من العوامل الشخصية المؤثرة على سلوك المستهلك الشرائي:

- أ- الإدراك
- ب- العوامل الاجتماعية
- ج- العوامل الاقتصادية
- د- الأسرة

١٤. هو العلم الذي يركز على جمع البيانات الرقمية وتحليلها وتفسيرها.

- أ- علم النفس
- ب- علم الإحصاء
- ج- علم الاقتصاد
- د- علم الإدارة

١٥. المشتري الذي يقوم بعملية الاستهلاك بغرض شخصي، هو:

- أ- المشتري الصناعي.
- ب- المشتري التاجر.
- ج- المستهلك المؤسسي.
- د- المستهلك الفرد.

١٦. تقوم النظرية الاقتصادية على:

- أ- تعظيم المنفعة وتقليل التكلفة.
- ب- تأثير العناصر النفسية على السلوك الشرائي.
- ج- تأثير العوامل الشخصية والاجتماعية والموقفية على المستهلك.
- د- لا عقلانية السلوك الشرائي.

١٧. هو العلم الذي يدرس العوامل الداخلية التي تؤثر على سلوك المستهلك.

- أ- علم النفس
- ب- علم الاجتماع
- ج- علم الإدارة
- د- علم الاقتصاد

D

١. المستهلك المؤسسي هو الذي يقوم الذي بالشراء من أجل:

- أ- الاستهلاك الخاص به
 ب- الاستهلاك الخاص بالشركات
 ج- الاستهلاك الخاص زملائه
 د- الاستهلاك الخاص بالعائلة

٢. عدد أفراد الأسرة كعامل من العوامل المؤثرة في قرار الشراء يتلوح تحت:

- أ- العوامل الاجتماعية
 ب- نمط الحياة
 ج- طبيعة الأسرة
 د- العوامل الديموغرافية

٣. هي التي تجعل المستهلك الأخير يفكر في شراء سلعة أو خدمة بغض النظر عن المشاركة أو المؤثر:

- أ- الدوافع الأولية
 ب- الدوافع اللاشعورية
 ج- الدوافع النفسية
 د- الدوافع العاطفية

٤. هو عملية التمييز بين الأشياء الموجودة باستخدام الحواس الخمس:

- أ- الإدراك
 ب- الموقع
 ج- الحاجات
 د- الرغبات

٥. من بين الاختلافات التي بين المستهلك النهائي والمشتري الصناعي:

- أ- بعد سلوك المشتري الصناعي أقل رشاشاً من سلوك المستهلك النهائي.
 ب- بعد سلوك المشتري الصناعي رشيد وسلوك المستهلك النهائي في الغالب غير رشيد.
 ج- المشتري الصناعي يشتري بكميات صغيرة والمستهلك النهائي يشتري بكميات كبيرة.
 د- بعد قرار الشراء فردي بالنسبة للمستهلك الصناعي بينما يكون قرار الشراء بالنسبة للمستهلك النهائي من قبل عدد كبير من الأفراد.

٦. التسويق هو....:

- أ- عملية البيع فقط.
 ب- عملية تسعير السلع والخدمات فقط.
 ج- عملية ترويج السلع والخدمات فقط.
 د- جميع أوجه النشاط التي تعمل على تسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك.

٧. تتميز الطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها الفرد بمجموعة من الخصائص، أهمها:

- أ- كل مجتمع متكون من طبقات ذات خصائص متباينة.
 ب- كل مجتمع متكون من مجموعة الطبقات المتجانسة.
 ج- من المستحيل أن ينتمي فرد واحد من المجتمع إلى عدة طبقات.
 د- لا تتأثر سلوكيات الأفراد بالطبقة التي ينتمون إليها.

٨. الدوافع ذات العلاقة بوظائف الجسم، هي الدوافع:

- أ- الفسيولوجية
 ب- السيكولوجية
 ج- العاطفية
 د- النفسية