الكويز: ادارة تسويق محاضره 13 ومحاضره 14
تم إنشاءه بواسطة: رورو-A

1) أي من أهداف الرقابة صحيحة : (نموذج JEKYLL)

- الرقابة الزمنية: التأكد من تحقيق النتائج المستهدفة في الوقت المناسب
- رقابة الربحية: تقدير مدى استغلال الشركة لأفضل الفرص المتاحة في الأسواق والمنتجات والقنوات
- الرقابة على الكفاءة: تحديد ما اذا كانت الشركة تنتمي إمكاناتها المالية او تخسرها
- الرقابة الاستراتيجية: تقييم كفاءة الانفاق وتأثيره على النفقات التسويقية

2) يعني مفهوم الرقابة التسويقية على أنه

- عملية التأكد من أن النشاطات التسويقية تنفذ حسب ما هو مخطط له
- عملية مستمرة لاكتشاف وقياس الانحرافات عن النتائج المستهدفة واتخاذ الإجراءات التصحيحية
- (أ، ب)
- ليس مما ذكر اعلاه

3) تواجد منتجات عالمية مثل سيارات تويوتا ، نيسان في السوق السعودي يتم من خلال

- الترخيص
- التصدير المباشر
- التصدير الغير مباشر
- جميع ما ذكر أعلاه

4) من أنواع الرقابة

- الرقابة الزمنية
- الرقابة على الربحية
- (أ، ب)
- الرقابة المالية

5) من وسائل الدخول (التسويق) للأسواق الدولية التالي

- الترخيص
- الاستثمار المشترك
- (أ، ب)
- عقود النظام

6) من وسائل الدخول (التسويق) للأسواق الدولية التي اكثر التزاما في التوسع الدولي: (نموذج فهد الحجاز) (مكرر بطريقه مختلفه)

- الترخيص
- البيع المباشر
- الاستثمار المشترك

- عقود الاداره

(7) من خطوات الرقابه التسويقيه ما عدا: (نموذج اختبار الفصل الاول لعام 1433)

- تحديد الجوانب التي تتضمنها عملية الرقابة
- وضع معايير نموذجية (كمية ونوعية)
- وضع أسلوب للرقابة يتعلق بتحديد كيفية عمل وتوفير نظام معلومات كفو
- التأكد من كمية الأرباح

(8) الهدف من الرقابه الزمنيه

- التأكد من تحقيق النتائج المستهدفة في الوقت المناسب
- تحديد ما إذا كانت الشركة تنمي إمكاناتها المالية أو تخسر؟
- تقييم كفاءة الإنفاق وتأثيره على النفقات التسويقية
- تقدير مدى استغلال الشركة لأفضل الفرص المتاحة في الأسواق والمنتجات والقنوات . -

(9) إن المسؤول عن الرقابة الإستراتيجية هو / هي

- الإدارة العليا و إدارة التسويق
- إدارة التسويق
- إدارة التسويق والإدارة التنفيذية للمبيعات والإعلان والتوزيع والابحاث
- الإدارة العليا و إدارة التسويق