

الاختبار الفصلي لمادة سلوك المستهلك

س١ :تعني أن يحدد المستهلك حدا أدنى لكل خاصية يرغبها في المنتج ويستبعد كل العلامات والمنتجات التي لا يتوفر فيها الحد الأدنى من كل الخواص:

أ- القاعد المعجمية . ب- القاعدة الخيارية . ج- اسلوب الحذف . د- القاعدة الاقترائية .

س٢: من الطرق التي يلجأ إليها بعض المستهلكين من أجل معالجة الصراع النفسي الذي يحصل بعد عملية الشراء هو المطالبة بتخفيض سعر السلعة :

صواب خطأ

التصحيح : تخفيض مستوى توقعاته عن المنتج .

س٣: جميع ما يلي يعتبر من الشروط الواجب توافرها في القطاع المستهدف ماعدا :

أ- مكانية التعرف على القطاع .

ب- لوصول للسوق بسهولة .

ج- وجود حاجات مختلفة ومتنوعة بين مجموعة من المستهلكين .

د- كبر حجم السوق وربحيته.

س٤: جميع ما يلي يعتبر من أسباب التي تدعو للاهتمام بسلوك المستهلك ماعدا:

أ- تثقيف العميل لاتخاذ القرار الشرائي الرشيد.

ب- تطوير وتحسين الخدمات .

ج- التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين .

د- التعرف على العوامل الاجتماعية المؤثر على القرار الشرائي.

س٥: إستراتيجية السوق المتجانس تعني اعتبار السوق كله مجموعة كبيرة متشابهة من المشتريين المرتقبين :

صواب خطأ

س٦: أثناء بناء الموقع التنافسي للمنتج من المهم الاهتمام بادراك ادارة الشركة وليس ادراك المستهلكين:

صواب خطأ

التصحيح : إدراك المستهلكين هو المهم وليس إدراك الشركة .

س٧: يكثر استخدام تقسيم السوق حسب العوامل السلوكية نظرا لسهولة قياس هذه العوامل وسهولة الحصول عليها:

صواب خطأ

التصحيح : استخدام التقسيم حسب العوامل الديموغرافية .

س٨: جميع مايلي يعتبر من الشروط الفعالة المفروض توافرها في الموقع التنافسي الفعال للمنتج ماعدا:

أ- توافق الموقع التنافسي مع السوق المستهدف .

ب- التركيز على الصفة ذات الاهمية من وجهة نظر ادارة التسويق .

ج- أن يتصف الفرق الذي يقوم عليه الموقع التنافسي بالتميز والاصالة .

د- أن يكون من الصعب على المنافسين تقليده

س٩: المستهلك التنظيمي يتكون من الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات لاستهلاك الشخصي:

صواب خطأ

التصحيح : المستهلك الفردي .

س ١٠: كل ما كانت موارد الشركة كبيرة وضخمة فهذا يساعد على إتباع إستراتيجية التسويق الموحد :

خطأ

صواب

التصحيح : يساعد على إتباع إستراتيجية التسويق المميز .

س ١١: تقسيم سوق معجون الأسنان إلى القطاعات التالية: قطاع لتبييض الأسنان، قطاع لعلاج اللثة، قطاع لإزالة الرائحة الكريهة يعتبر مثال على :

أ- تقسيم السوق حسب الاتجاهات النفسية

ب- تقسيم السوق حسب أسلوب المعيشة

ج- تقسيم السوق حسب الطبقة الاجتماعية

د- تقسيم السوق حسب الفوائد المنشودة في المنتج

س ١٢: يطلق على المستهلك التنظيمي مستهلك نهائي لأن المنتج ينتهي عنده :

خطأ

صواب

التصحيح : المستهلك الفردي .

س ١٣: الشعور بالمشكلة خطوة لايلزم أن يمر بها كل قرار شراري والدليل أننا أحيانا نشترى أشياء لانحتاج لها :

خطأ

صواب

التصحيح : تمثل الشعور بالمشكلة نقطة البداية في عملية اتخاذ أي قرار شراري .

س ١٤: قرار شراء العائلة لمكنسة كهربائية يعتبر نوع من أنواع القرارات :

أ- المتعلقة بتخصيص الموارد المتاحة

ب- المتعلقة بشراء المنتجات من عدمه

ج- المتعلقة بشراء علامة تجارية بعينها

د-الخاصة باختيار المحلات التجارية

س ١٥: يلجأ المستهلك إلى أسلوب الحل متوسط المدى في الحالات التالية :

أ- عندما يكون المنتج من المنتجات الميسرة

ب- إذا كان الشراء يتم لأول مرة

ج- إذا كانت درجة متوسطة من المخاطرة

د-عندما تكون البدائل ذات مزايا متنوعة وفريدة

س ١٦: الجمعيات الخيرية والمؤسسات الحكومية لا تعتبر من أنواع المستهلكين التنظيميين لأنها منظمات غير ربحية :

خطأ

صواب

التصحيح : الجمعيات الخيرية تعتبر مستهلكين تنظيميين .

س ١٧: في الأسلوب التعويضي يقوم المستهلك بأخذ كل خواص المنتج في الاعتبار عند التقييم :

خطأ

صواب

التصحيح : الأسلوب الشمولي .

س ١٨: يتسم سلوك المستهلك بالثبات، وتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي :

خطأ

صواب

التصحيح : لا يتسم سلوك المستهلك بالثبات هي أنشطة وتصرفات التي يقدم عليها المستهلكون إنشاء بحثهم عن السلع ولا يتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي بل تختلف من ناحية الكمية وطريقة اتخاذ قرار الشراء وعدد الأشخاص المشاركين في اتخاذ القرار والمعايير المستخدمة للتقييم .

س ١٩: لا علاقة بين الرضا عن أداء المنتج في الماضي وبين الولاء :

خطأ

صواب

التصحيح : يرتبط الرضا عن أداء المنتج في الماضي ارتباطاً وثيقاً بالولاء .

س ٢٠: من الأفضل دائما التركيز على فرق واحد في تصميم الموقع التنافسي :

صواب خطأ

التصحيح : من الأفضل دائما تحديد عدد الفروق التي يتميز بها المنتج والعلامة وليس فرق واحد .

س ٢١: يطلق على إستراتيجية اعتبار السوق كله مجموعة كبيرة واحدة ومتجانسة من المشتريين المرتقبين وتجاهل الفروق البسيطة الموجودة بينهم إستراتيجية :

أ- تجزئة السوق . ب- التسويق التمييزي . ج- التسويق المركز . د- التسويق غير التمييزي .

س ٢٢: المصادر التجارية هي أحد أنواع المصادر الغير رسمية وتعني كل المعلومات التي تصدر وتعلن من خلال منظمات الأعمال :

صواب خطأ

التصحيح : المصادر الرسمية غير الشخصية .

س ٢٣: عندما تريد أحد الشركات أن تميز خدماتها بأنها متوفرة ٢٤ ساعة من خلال الهاتف أو الانترنت؛ فهي هنا الآن تحاول بناء موقع تنافسي طبقا :

أ- لجماعة المستهلكين . ب- لطريقة استعمال المنتج .

ج- للعلاقة بين السعر والجودة . د- للحاجات النفسية للمستهلكين .

س ٢٤: من العوامل التي تؤكد على دراسة سلوك المستهلك اكتشاف الفرص التسويقية وهي تعني تحليل السوق وتقسيمه إلى قطاعات متعددة :

صواب خطأ

التصحيح : العوامل التي تؤكد على دراسة سلوك المستهلك تجزئة السوق وتقييمه وهي تعني تحليل السوق وتقسيمه إلى قطاعات متعددة .

س ٢٥: الحاجة هي :

أ- الشعور بالحرمان عند الفرد ب- معنى من معاني الرغبة

ج- القدرة على الشراء د- كل ما سبق

س ٢٦: تتمتع المصادر غير الرسمية بمصداقية أعلى وثقة أكبر من المصادر الرسمية :

صواب خطأ

س ٢٧: المجموعة غير الفعالة تتكون من العلامات التجارية المجهولة عند المستهلك والتي يستبعدنها من حساباته بسبب عدم توافر المعلومات اللازمة أو لتصوره أن علامتها التجارية تتصف بمزايا وخواص أقل من مزايا وخواص العلامات الأخرى :

صواب خطأ

التصحيح : المجموعة غير الفعالة تتكون من العلامات المعروفة المجهولة .

س ٢٨: في مرحلة تقييم البدائل المتاحة يقوم المستهلك باستخدام عدد من المعايير منها معايير موضوعية ومنها معايير شخصية. أي من المعايير التالية يعتبر معيار موضوعي بفترض المستهلك يريد أن يشتري حاسب ألي:

أ- سعة الذاكرة . ب- الصورة الذهنية للشركة المصنعة .

ج- التصميم الجميل للنشطة الحاملة . د- جميع الإجابات صحيحة .

س ٢٩: الصورة التي ترتسم في أذهان المستهلكين عن المنتج أكثر أهمية لنجاحه من خصائصه الفعلية :

صواب خطأ

س ٣٠: جميع مايلي تعتبر من صفات المستهلك شديد الولاء ماعدا :

أ- واثق من نفسه . ب- لا يشعر بدرجة عالية من المخاطرة .

ج- راضي عن المنتج أو المحل . د- يختلف درجة الولاء حسب نوع المنتج والعلامة .

س ٣١: تعني أن يقوم المستهلك بترتيب خصائص السلعة التي يريد شراؤها ترتيبا تنازليا حسب أهميتها له بعد ذلك يقارن كل العلامات البديلة من حيث الخاصية الأولى الأكثر أهمية ويختار العلامة التي تتميز بأعلى مستوى من هذه الخاصية بصرف النظر عن الخواص الأخرى :

أ- القاعد المعجمية . ب- القاعدة الخيارية . ج- أسلوب الحذف . د- القاعدة الاقترائية .

س٣٢: جميع ما يلي يعتبر من المبررات التي يقدمها أصحاب فكرة التركيز على ميزة واحدة في تصميم الموقع التنافسي ما عدا :

أ- أن المستهلكين يميلون إلى اختيار المنتجات التي تتمتع بعدد أقل من المزايا .

ب- يؤدي إلى زيادة ادراك العملاء لهذه الميزة وتذكرهم الدائم لها .

ج- يؤدي التركيز إلى تفوق الشركة بهذه الميزة .

د- يؤدي إلى كسب تصديق وثقة العملاء .

س٣٣: جميع ما يلي يعتبر من صفات سلوك المستهلك ما عدا :

أ- سلوك المستهلك يعتبر سلوك اعتباطي.

ب- سلوك المستهلك يشتمل على الانشطة البدنية والذهنية .

ج- سلوك المستهلك يتأثر بعوامل خارجية مثل الثقافة والأسرة .

د- سلوك المستهلك يمكن تفسيره والتأثير عليه .

س٣٤: جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي تشجع على الشراء الاندفاعي ما عدا :

أ- رخص المنتجات والحاجة الطفيفة لها .

ب- استخدام وسائل تنشيط المبيعات وأساليب العرض الجذابة .

ج- طول حياة المنتج .

د- عدم وجود قائمة للمنتجات المطلوب شراؤها .

س٣٥: يزداد الجهد المبذول في عملية التقييم :

أ- كلما كانت البدائل معقدة .

ب- كلما كانت الحاجة إلى المنتج ماسة .

ج- كلما كان المنتج أقل أهمية .

د- كلما قلت درجة المخاطر المدركة .

س٣٦: تقسيم السوق طبقا لمعدل الاستهلاك يعتبر نوع من تجزئة السوق حسب :

أ- المعايير السلوكية .

ب- المعايير الاجتماعية .

ج- المعايير الثقافية .

د- المعايير الديموغرافية .

س٣٧: جميع ما يلي يعتبر من المصادر الشخصية ما عدا :

أ- الخبرة السابقة .

ب- زملاء العمل .

ج- الخبراء في المنتج.

د- أحد أفراد الأسرة .

تجميع وتنسيق : محيرون سحاب ..

تصحيح لأخطاء : دافور هانم ..