

الواجب الأول :

س١: المستهلك التنظيمي يتكون من الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات للاستهلاك الشخصي :

خطأ صواب

س٢: في أغلب الأحوال يكون سلوك المستهلك سلوك اعتباطي وعشوائي :

خطأ صواب

س٣: يتسم سلوك المستهلك بالثبات، وتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي :

خطأ صواب

س٤: من المواضيع التي استفاد منها علم سلوك المستهلك من علم النفس موضوعات الدوافع والاتجاهات النفسية واثار دورة حياة الأسرة على القرارات الشرائية :

خطأ صواب

س٥: المستهلك التنظيمي عادة يشتري المنتج بكميات أكبر من المستهلك النهائي وكذلك تكون قراراته أقل رشداً ومنطق :

خطأ صواب

س٦: كلما زادت البدائل المتاحة وتغيرت الموديلات والموضات والماركات وكلما كان المنتج يشتري لأول مرة، كلما كانت البيانات المخزنة في ذاكرة المستهلك غير ملائمة لموقف الشراء وبالتالي زادت أهمية مصادر البحث الخارجية :

خطأ صواب

س٧: لا يوجد أي علاقة بين الشراء الاندفاعي وبين صفات وخصائص المشتري :

خطأ صواب

س٨: ايا من التالي لا يعتبر من المصادر الخارجية للمعلومات :

أ- برشورات المحل .

ب- إعلانات الشركة في الصحف .

ج- المعلومات الموجودة بداخل المحل .

د - رجل البيع .

هـ - التجربة السابقة .

س٩: جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي تزيد من الجهد المبذول في عملية التقييم بين البدائل ما عدا :

أ- عندما تكون البدائل معقدة .

ب- ازدياد درجة المخاطرة المدركة .

ج- ازدياد أهمية المنتج .

د- ارتفاع الحاجة للمنتج .

س١٠: جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي أدت لزيادة الاهتمام بسلوك المستهلك ما عدا :

أ- تزايد الرغبة في حماية المستهلك من الشركات المنتج .

ب- غياب المفهوم التسويقي الحديث .

ج- الحد من التلوث البيئي .

د- فشل نسبة كبيرة من المنتجات الجديدة .

هـ - قصر دورة حياة المنتج .

الواجب الثاني :

س١: كلما زادت أهمية المنتج وزادت الحاجة له كلما زاد الجهد المبذول في تقييم المنتج.

خطأ صواب

س٢: أسلوب الحذف في التقييم يعني أن المستهلك يضع حد أدنى لكل خاصية ويستبعد كل العلامات التي لا تتوفر فيها الحد الأدنى من كل الخواص.

خطأ صواب

س٣: الشراء الاندفاعي يزيد كلما زاد عدد المنتجات المشتراه.

خطأ صواب

س٤: عندما يكون الاداء الفعلي أقل من الاداء المتوقع يكون هناك رضا تام.

خطأ صواب

س٥: الصراع النفسي حالة يمر بها العميل بعد الشراء تستطيع الشركة التخفيف من حدتها.

خطأ صواب

س٦: العملاء الموالون لا يمرون بخطوة التقييم.

خطأ صواب

س٧: أول مرحلة من مراحل القرار الشرائية التي يمر بها المستهلك :

- أ- اختيار البديل الأفضل
ب- إتمام الشراء
ج- البحث عن المعلومات.
د- جميع الإجابات

س٨: جميع ما يلي يعتبر من المصادر الرسمية ماعدا :

- أ- هيئة المواصفات والمقاييس.
ب- رجال البيع.
ج- البيانات المطبوعة على المنتج.
د- زملاء العمل.
هـ- موقع الشركة على الانترنت.

س٩: جميع ما يلي يعبر عن العلامات الموجودة في المجموعة المرفوضة ماعدا :

- أ- لا تتوفر للمستهلك اي معلومات عنها
ب- علامات معروفة للمستهلك .
ج- علامات سبق تجربتها او سبق تكوين معلومات عنها .
د- علامات المستهلك يأخذها في الاعتبار عند الشراء.
هـ- جميع الإجابات صحيحة.

س١٠: جميع ما يلي يعتبر من الصفات التي تنطبق على المصادر الداخلية للمعلومات ماعدا :

- أ- معلومات غير شاملة.
ب- جميع الاجابات خاطئة.
ج- معلومات سريعة.
د- معلومات دقيقة.
هـ- معلومات غير مكلفة.

الواجب الثالث :

س١: الصورة الذهنية الموجودة في ذهن المستهلك أحيانا تكون أهم من المميزات الموجودة في المنتج :

صواب خطأ

س٢: إذا كانت الميزة الموجودة في المنتج غير مهمة لمدير التسويق فهي فعلا غير مهمة للمستهلك :

صواب خطأ

س٣: من الاستراتيجيات الناجحة في بناء الموقع التنافسي مهاجمة الموقع التنافسي للعلامة الشركة القاندة :

صواب خطأ

س٤: كلما كان الموقع التنافسي مناسباً لكل الناس كان أفضل :

صواب خطأ

س٥: التوسع في خط المنتجات تزيد من قوة الموقع التنافسي :

صواب خطأ

الواجب الرابع :

س١: يعتبر مفهوم الطبقة الاجتماعية مفهوم غامض وواسع وغير محدد لذلك فإن استخدامه في تحليل سلوك المستهلك قد يؤدي إلى نتائج خاطئة :

صواب خطأ

س٢: التمييز بين أنواع الأسر ليس له أي أهمية من الناحية التسويقية :

صواب خطأ

س٣: ملابس الزوجة، ملابس الأطفال، قرارات الاستثمار، كلها تعتبر من القرارات الشرائية التي يغلب على اتخاذها الزوجة :

صواب خطأ

س٤: جميع ما يلي يعتبر من الأسباب التي تجعل الشركات تميل إلى توجيه إعلاناتها التجارية نحو الأطفال ما عدا :

أ- تذكر الأطفال للأعلان يكون أكثر .
ب- معدل مشاهدة الأطفال للتلفاز أعلى .
ج- القوة الشرائية للأطفال أعلى .
د- ردود أفعالهم الايجابية أفضل .

س٥: عندما تستخدم الشركات النجوم أو المشهورين في مجال معين فهذا مثال على محاولة التأثير على سلوك المستهلكين باستخدام :

أ- الأسرة .
ب- الطبقة الاجتماعية .
ج- الجماعة المرجعية .
د- ثقافة المجتمع .
هـ - ليس شيئاً مما سبق .