

الواجب الثاني – مبادئ التسويق .:

السؤال الأول

نظام المعلومات التسويقية هو

أحد عناصر نظام الاستخبارات التسويقية

نظام تابع لنظام الاستخبارات التسويقية
نظام يضم نظام الاستخبارات التسويقية
لا علاقة له بنظام الاستخبارات التسويقية

السؤال الثاني

يطلق إسم المهمة أو الرسالة على

Vision

Mission

Objective

Strategy

السؤال الثالث

القيم التي يلتزم بها العاملون بالمنشأة والتي تقدم بالصورة الملائمة للعملاء، تعبر عن

القيم الحاكمة

قيمة العملاء

القيمة المدركة

الجودة المدركة

السؤال الرابع

تعتبر المقابلات الشخصية من أمثلة

المصادر الثانوية

البيانات الثانوية

المصادر الأولية

البيانات الأولية

السؤال الخامس

في بحوث التسويق، ينصح غالباً بأن يتم الاستفادة بالمصادر الثانوية

بعد الاستفادة من البيانات الأولية
أثناء الاستفادة من البيانات الأولية
قبل الاستفادة بالبيانات الأولية
بدون الارتباط بالبيانات الأولية

السؤال السادس

المهام التي ستقوم بها المنشأة، تعبر عن

الرؤية
الرسالة
الهدف
الاستراتيجية

السؤال السابع

يعتبر التخطيط عملية

غير مستمرة

مستمرة

في بداية المشروعات فقط
في أثناء التجهيز للمشروعات فقط

السؤال الثامن

تتبع بحوث فعالية الإعلان

بحوث السوق

بحوث التسويق

بحوث التسعير والتوزيع
بحوث التسعير والمنتجات

السؤال التاسع

يعتبر مفهوم تقويم الخطة التسويقية

مفهوم مطابق لمفهوم تقييم الخطة التسويقية
لا علاقة له بمفهوم تقييم الخطة التسويقية
يشير إلى تصحيح مسار الخطة التسويقية
يشير إلى إعطاء تقدير عن قيمة الخطة التسويقية

السؤال العاشر

مخرجات نظام المعلومات التسويقية هي

البيانات التسويقية
العمليات التسويقية
المعلومات التسويقية
القرارات التسويقية

السؤال الحادي عشر

تحليل SWOT هو

تحليل نقاط القوة والضعف في المنشأة
تحليل الفرص والتهديدات بالسوق
تحليل نقاط القوة والضعف بالمنشأة والفرص والتهديدات بالسوق
تحليل نقاط القوة والضعف بالسوق والفرص والتهديدات بالمنشأة

السؤال الثاني عشر

تقارير التنبؤ بالآوضاع المستقبلية في السوق تعتبر من تقارير المعلومات

المالية
التكتيكية
الاستراتيجية
البيعية

السؤال الثالث عشر
تطبيقات بحوث التسويق

تضم بحوث السوق

لا علاقة لها نهائيا ببحوث السوق
تابعة لبحوث السوق
تركز على التعرف على السوق وليس آليات الوصول إليه

السؤال الرابع عشر
الصورة الذهنية التي ترغب المنشأة أن تكون عليها مستقبلا في عقول العملاء والمتعاملين،
تعبّر عن

الرؤية

الرسالة
الهدف
الاستراتيجية

السؤال الخامس عشر
نظام المعلومات التسويقية هو

نظام يدعم متخذ القرار التسويقي

نظام يتلقى الدعم من متخذ القرار التسويقي
نظام لا يرتبط بمتخذ القرار التسويقي
نظام ناتج عن متخذ القرار التسويقي

السؤال السادس عشر

في التخطيط الاستراتيجي للتسويق تكون Mission المهمة

للسعى إلى تحقيق الرؤية التسويقية

لا علاقة لها نهائيا بالرؤية التسويقية
مفهوم مطابق للرؤية التسويقية
هي المحفز الذي تسعى الرؤية التسويقية لتحقيقه