

الواجبات الثلاثة لمادة ادارة التسويق) (الافتراضي

الواجب الاول

1. جمع وتقديم حقائق معينة عن المواضيع التسويقية المدروسة، يعبر عن
وظيفة بحوث التسويق

أ- التنبؤية

ب- الوصفية

ج- التحليلية

د- التشخيصية

2. ينظر للتبادل على أنه

أ- آلية لخلق القيمة أكثر منه نتيجة

ب- نتيجة أكثر منه آلية لخلق القيمة

ج- نتيجة لا علاقة لها بخلق القيمة

د- يمثل حلا لمشكلة أحد الطرفين دون الآخر

3. نستخدم في التسويق عبارة السوق للحديث عن .

أ- العرض

ب- الطلب

ج- الصناعة

د- القطاع الذي يمثل نشاط المنظمة

الواجب الثاني

1. يعبر تركيز المنتجين على جودة المخرجات على اعتبار أن المنتج الجيد يبيع نفسه، ضمن مراحل تطور المفهوم التسويقي، عن مرحلة التوجه

أ- بالإنتاج

ب- بالمبيعات

ج- بالمستهلك

د- التسويقي المتكامل

2. الشخص الذي يحدد ما إذا كنا سنشتري أو لا نشترى المنتج المعروض

للبيع، يقوم بدور

أ- المؤثر

ب- القائم بالشراء

ج- متخذ القرار

د- المبادر

من خصائص الشراء النظامي 3.

أ- مرونة الطلب بشكل كاف

ب- مهنية واحترافية القائمين بالشراء

ج- الشراء عادة من الوسطاء

د- توسع دائرة العلاقات التجارية إلى عدد كبير من المجهزين

الواجب الثالث

يعبر استخدام مزيج تسويقي واحد يوجه لفئة متجانسة من المستهلكين 1.

المتشابهين، عن استراتيجية

أ- السوق الكلي

ب- التركيز السوقي

ج- التقسيم المتعدد

د- التقسيم المتنوع

يسمى اتساع مزيج المنتجات، الذي يعبر عن عدد خطوط المنتجات، في 2.

المنظمة

أ- بالمزيج السلعي

ب- بنطاق المزيج السلعي

- ج- بعمق المزيج السلعي
- د- بتناسق المزيج السلعي

3. من الأركان الأساسية للإعلان كونه

- أ- وسيلة اتصال شخصية
- ب- يشمل جميع الأنشطة الترويجية
- ج- وسيلة اتصال مباشر
- د- يتم مقابل أجر معين

4. من متطلبات سياسة اختراق السوق على أساس السعر المنخفض

- أ- عدم حساسية السوق للأسعار
- ب- القدرة على تخفيض التكاليف لزيادة المبيعات
- ج- شدة المنافسة السعرية
- د- قلة عدد المنافسين

اخوكم الزبيدي