

السؤال ١

السلعة هي مجموعة من المواصفات مجتمعة، يؤدي استخدامها إلي الحصول علي منافع معينة تؤدي إلي إشباع حاجات ورغبات معينة لدي المستهلكين.

خطأ ☐ صواب ☐

السؤال ٢

هو مجموعة من المنتجات التي ترتبط فيما بينها بعلاقة معينة، سواء أكانت تشبع حاجات واحدة لدي المستهلكين أو تستخدم مع بعضها.

- ☐ A. المنتج.
- ☒ B. خط المنتجات.
- ☐ C. مزيج المنتجات.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ٣

يقسم رجال التسويق المنتجات وفقاً لمجموعة متباينة من وجهات النظر و المعايير، إذ تقسم المنتجات وفقاً لعمرها إلي:-----.

- ☐ A. سلع و خدمات إستهلاكية.
- ☒ B. سلع معمرة و سلع غير معمرة.
- ☐ C. سلع و خدمات إنتاجية.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ٤

هي تلك المنتجات التي يتم شراؤها بغرض إشباع حاجات الفرد أو الأسرة بغرض الاستهلاك النهائي، و الإستعمال الشخصي، و ليس من أجل إعادة البيع.

- ☐ A. سلع معمرة و سلع غير معمرة.
- ☒ B. سلع و خدمات إستهلاكية.
- ☐ C. سلع و خدمات إنتاجية.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ٥

يتصف سوق السلع الاستهلاكية بمجموعة من المميزات و التي من أهمها: الانتشار الجغرافي الواسع للمتعاملين و إن لغة الحديث مع المستهلك تعتمد علي الدوافع العاطفية. و -----

- ☐ A. إختلاف الخصائص الديموجرافية.
- ☒ B. إن قيمة المشتريات قليلة القيمة نسبيا في المرة الواحدة.
- ☐ C. كل ما سبق.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ٦

هي السلع التي يسهل وجودها من حيث المكان و الزمان للمستهلك، إذ يستطيع الحصول عليها من أي متجر قريب.

- ☐ A. سلع التسوق.
- ☐ B. السلع الميسرة.
- ☐ C. السلع الخاصة.
- ☒ D. كل ما سبق.

السؤال ٧

تنقسم سلع الإستقرار إلى ثلاثة أنواع هي: سلع معتادة ، سلع اضطرارية و -----.

- ☐ A. سلع تعاونية.
- ☐ B. سلع إستهلاكية.
- ☒ C. سلع شراء فوري.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال ٨

هي سلع لها خصائص معينة تنفرد بها، و تشبع رغبات و حاجات خاصة لدي بعض المستهلكين، و هناك قطاع من المستهلكين علي استعداد لبذل الجهد و المال في سبيل الحصول علي تلك السلع.

- ☐ A. السلع الإضطرابية.
- ☐ B. سلع التسوق.
- ☒ C. السلع الخاصة.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال ٩

هي أوجه النشاط غير الملموس التي تهدف إلي إشباع الرغبات و الحاجات الخاصة بالمستهلك الأخير، بحيث لا يقترن ذلك ببيع سلعة معينة.

- ☐ A. الخدمات الإنتاجية.
- ☐ B. السلع الإنتاجية.
- ☒ C. الخدمات الإستهلاكية.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال ١٠

من أهم خصائص الخدمات : الملموسية ، ارتباط الخدمة بشخصيه مقدمها ، و -----

- ☐ A. الفناء.
- ☐ B. التلازم.
- ☒ C. عدم القابلية للتخزين.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال ١١

السوق المرتقبة هي مجموعة العملاء المرتقبين الذين لا تتوافر لهم مجموعة من الدوافع و الصفات لشراء منتجاتنا مقسمين وفقا لفئاتهم المختلفة .

- ☐ خطأ
- ☒ صواب

السؤال ١٢

تتحدد أنواع التميز المرتبط بمنتجات المنظمة وفقا لدراسة المزايا التنافسية والتي عادة ما تكون في صورة : الاختلاف في المنتج ذاته، التميز في منفعة جديدة للعملاء، اختيار نوعية معينة من العملاء المتميزين ،

و-----

- ☐ A. إضافة أشكال جديدة للمنتجات.
- ☐ B. التميز التنافسي.
- ☒ C. الارتباط بسلع وخدمات أخرى .
- ☐ D. حل أية مشاكل تواجه المنظمة .

السؤال ١٣ من بين خطوات الحصول على الميزة التنافسية : تحديد الفرص الحالية أو الممكنة من خلال تحليل المنافسة، و-----.

- ☐ A. تحديد قيم و عوائد الميزة التنافسية.
- ☒ B. تحديد أساس و نطاق الميزة التنافسية.
- ☐ C. كل ما سبق.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال ١٤

هي وجود ميزة يتمتع بها المنتج تعطيه ميزة قوية على منتجات المنافسين. فهل هي...؟

- ☐ A. ميزة تسويقية لها آثار عامة.
- ☐ B. الميزة التنافسية في التكلفة على مستوى السوق.
- ☐ C. العمل من خلال أقسام سوق مربحة.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ١٥

من الأسباب التي تدعونا إلى تحليل المنافسة ما يلي: الرغبة في مواجهة الداخلين الجدد و الذين يرغبون في تقديم نفس المنتجات، الرغبة في مواجهة التغير في تطلعات العملاء ، و رغبتهم المتزايدة في تكلفة أقل و جودة أعلى، و-----.

- ☐ A. مقاومة ما يقوم به العملاء.
- ☐ B. مواجهة تحديات التطور في المنافسة.
- ☒ C. التعامل بشكل أفضل مع التطور التكنولوجي.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ١٦ من بين أدوات تحليل المنافسة ما يلي:-----

- ☐ A. تحليل القدرات التنافسية.
- ☐ B. تحليل العلاقات بين المنتج و العملاء و بيننا و بين المنافس.
- ☒ C. تحليل عناصر القوة و الضعف.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ١٧

تتميز نظم المعلومات التسويقية بما يلي: توليد تقارير منتظمة، إيجاد منظومة من البيانات، و-----.

- ☐ A. توليد بيانات في التوقيت المناسب.
- ☒ B. استخدام نماذج رياضية و إحصائية بالغة التعقيد.
- ☐ C. كل ما سبق.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ١٨

تتجلى أهمية نظم المعلومات التسويقية فيما يلي: للمعلومات التسويقية أهمية خاصة في توفير المعلومات المساعدة في اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة، تتميز نظم المعلومات التسويقية بأنها تنظر إلى أعمال المنشأة ككل و ليس كأجزاء منفصلة، و-----.

- ☒ A. تمكن نظم المعلومات التسويقية من استخراج مجموعة ضخمة من المعلومات بشكل تلقائي.
- ☐ B. إمكانية تعديل المعلومات دون جهد، و الإجابة على أي أسئلة تتعلق بالمنافسين.
- ☐ C. كل ما سبق.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال ١٩ يعتمد نظام المعلومات التسويقية على بحوث التسويق كمصدر أساسي للمعلومات عن سلوكيات السوق و المستهلكين.

خطأ ☐ صواب ☒

السؤال ٢٠ تنقسم مخرجات نظام المعلومات التسويقية إلى ثلاثة أنواع رئيسية منها: تقارير خاصة بالعمليات، و-----.

- ☐ A. معلومات تشغيلية.
- ☐ B. معلومات تنفيذية.
- ☐ C. كل ما سبق.
- ☒ D. لا شيء مما سبق.

