

إدارة التسويق

الواجب الاول

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

أ- التنبؤية.

ب- الوصفية.

ج- التحليلية.

د- التشخيصية.

بمجرد الربح،

2. ينظر للتبادل علم أنه

أ- آلية لخلق القيمة أكثر منه نتيجة.

ب- نتيجة أكثر منه آلية لخلق القيمة

ج- نتيجة لا علاقة لها بخلق القيمة.

د- يمثل حلاً لمشكلة أحد الطرفين دون الآخر

3. نستخدم في التسويق عبارة السوق للحدوث 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.

مجموعة الإجابة،،

من الإجابة FHakami

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

3. من خصائص الشراء النظامي

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

1. يعبر استخدام مزيج تسويقي واحد يوجه لفئة متجانسة من المستهلكين المتشابهين، عن استراتيجية

أ. السوق الكلي

ب. التركيز السوقي.

ج. التقسيم المتعدد.

د. التقسيم المتنوع.

بمفهوم (البقاء)،

من (الفتح) FHakami

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

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. بند المنافسة السعرية.

هدد ٩٩

الله يعطي العافية جنون الحياه