

اختر الإجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية، ثم ظلل الدائرة المناسبة في ورقة الحل الإلكترونية:

١. يقوم المستهلك بجمع المعلومات عند تحديد البدائل من ثلاث مصادر رئيسية.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٢. .... يقصد بها رغبة العميل في اقتناء صنفين من سلعة معينة دون الأصناف الأخرى.

أ- دوافع أولية. ب- دوافع انتقائية. ج- دوافع عقلية. د- دوافع عاطفية.

٣. تتطلب استراتيجية ..... توافر مقدرة مالية كبيرة لتغطية الفئات المختلفة والأقاليم الجغرافية المتعددة في السوق.

أ. استراتيجية الأسواق الموحدة. ب. استراتيجية تجزئة السوق. ج. استراتيجية السوق المرتقبة. د. لا شيء مما سبق.

٤. .... يقصد بأنه كل القرارات المتعلقة بالسلع التي تنتجها الشركة وخطوط المنتجات و مزيج المنتجات من حيث التشكيل و التوزيع.

أ- استراتيجيات المنتجات ب. استراتيجيات التوزيع ج. استراتيجيات الترويج د- لا شيء مما سبق.

٥. تهدف استراتيجية ..... إلى تقديم منتج بسعر منخفض للحصول على جزء من السوق

أ- كسط السوق ب- استحواذ السوق ج- اختراق السوق د- العائد على الاستثمار

٦. لا يقوم المستهلك بالمقارنة بين البدائل في حالة السلع .....

أ- الخاصة. ب- التنسوق ج- الميسرة. د- أ و ج معا.

٧. .... يقصد بها عملية تقسيم السوق إلى قطاعات متجانسة من المستهلكين.

أ- السوق الموحدة. ب- إستهداف السوق. ج- تجزئة السوق. د- شرائح السوق.

٨. يتم تجزئة السوق إلى مستهلكون سابقون، مستهلكون حاليون، ومستهلكون لا يستخدمون السلعة نهائياً وفقاً ل.....

أ- خصائص العملاء. ب- نوعية العملاء. ج- إنطباعات العملاء. د- المنافع.

٩. .... من أنواع السلع الميسرة.

أ- سلع الشراء الفوري. ب- سلع التنسوق. ج- السلع الخاصة. د- جميع ما سبق.

١٠. تتميز ..... بفترة معدل دوران هذا النوع من السلع و الجمع في الترويج بين سياسات الاعلان وسياسات البيع الشخصي.

أ- السلع الميسرة ب. سلع التنسوق ج. السلع الخاصة د. لا شيء مما سبق

١١. يحقق التسويق للمنشآت .....

أ- منفعة مكتوبة. ب- منفعة زمنية. ج- منفعة حيائية. د- الحصصة السوقية.

١٢. أدت الثورة الصناعية إلى جميع ما يلي فيما عدا .....

أ- دراسة السوق. ب- تكنولوجيا الإنتاج ج- إقتصاديات الحجم الكبير. د- الإهتمام بجودة المنتجات

١٣. أي مما يلي ليس من عناصر المزيج الترويجي .....

أ- الإعلان. ب- المنتج ج- البيع الشخصي. د- العلاقات العامة.

١٤. يتأثر سلوك العملاء بجانب ذاتي وجانب موضوعي. يتكون الجانب الذاتي من..... ، بينما يتكون الجانب الموضوعي من ....

أ- حافظ، رغبة. ب- هدف، باعث ج- حافظ، هدف. د- باعث، رغبة.

١٥. تتسم سلوكيات العملاء بالمرونة، ولكن تُعد هذه المرونة نسبية.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

١٦. يقوم الإنسان بإشباع احتياجاته بالترتيب. وفقاً لـماسلو، يقوم الإنسان بإشباع ..... بعد إشباعه لإحتياجاته الإجتماعية.

أ- الحاجة إلى الأمن. ب- الحاجات الفسيولوجية. ج- الحاجة إلى تحقيق الذات. د- الحاجة إلى تقدير الذات.

١٧. يُعرف المزيج التسويقي من منظور الشركات بـ 4P's، فما هو عنصر الذي يمثل التوزيع عند تقييم المزيج التسويقي من منظور العملاء 4C's؟

أ- القيمة. ب- التكلفة. ج- الراحة. د- الإتصال.

١٨. .... هو مزيج من الخصائص الملموسة والغير ملموسة التي تهدف إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك.

أ- المزيج التسويقي. ب- المزيج الترويجي. ج- المنتج. د- لا شيء مما سبق.

١٩. يقصد باستراتيجية الإتساع للمنتجات التوسع الرأسي في عدد السلع التي تقدمها الشركة في كل خط من خطوط الإنتاج.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٢٠. تتكون دورة حياة المنتجات من أربع مراحل.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٢١. بالنسبة للمستهلك، يختلف تحديد السعر من مستهلك لآخر وفقاً لإدراك كل فرد للقيمة التي يقدمها له المنتج.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٢٢. يُعد الإعلان وسيلة إتصال ثنائية الإتجاه.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٢٣. تقوم حماية المستهلك بفرض رقابة على مخالفات الأسعار.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٢٤. عندما تقوم الشركة بفتح متاجر تجزئة خاضعة لإدارتها ، فإنها تتبع .....  
أ- التوزيع غير المباشر. ب- إستراتيجية المنتجات. ج- إستراتيجية التوزيع المباشر. د- كلا من ب و ج.

٢٥. .... هم الوسطاء الذين يقومون بتوزيع المنتج نيابة عن الشركة مقابل عمولة.  
أ- التجار. ب- الوكلاء. ج- المصارف. د- كلا من ب و ج.

٢٦. .... عملية إتصال مباشر أو غير مباشر موجه إلى العملاء الحاليين أو المرتقبين لحثهم وإقناعهم بالحصول على منتجات الشركة التي من شأنها أن تحقق منفعة لهم.

أ- التوزيع. ب- الترويج. ج- التسويق. د- العلاقات العامة.

٢٧. .... هو حجم المبيعات التي تستطيع المنشأة تحقيقها عند مستوى سعر معين.  
أ- اقتصاديات الحجم الكبير. ب- المرونة السعرية. ج- الطلب. د- العرض.

٢٨. .... من العوامل المؤثرة في قرارات التسعير.  
أ- الموازنة. ب- مرونة الطلب. ج- سعر المنافسين. د- جميع ما سبق.

٢٩. يستخدم التسعير في دعم الجهود الترويجية عند تقديم السلعة بسعر مخفض لتوضيح أن السلعة تتميز عن السلع المنافسة.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٣٠. .... هي كمية المبيعات التي تتساوى عندها التكاليف الكلية مع الإيرادات الكلية.  
أ- الكمية الإحصائية. ب- نقطة التعادل. ج- نقطة تشبع السوق. د- جميع ما سبق.

٣١. تعتمد بعض المنشآت على عنصر السعر لإيجاد سوق لمنتجاتها وتحقق وفورات عند خفض تكلفة الوحدة لزيادة مبيعاتها.

أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٣٢. يمكن تخفيض سعر السلعة في حالة المعروض منها خاصة في حالة السلع الموسمية.  
أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٣٣. من مصلحة الشركة، تخفيض الأسعار في حالة الطلب غير المرئي.  
أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٣٤. تصلح إستراتيجية اختراق السوق في الصناعات عالية التكنولوجيا أو في الصناعات التي تتميز بخصائص فريدة.  
أ- العبارة صحيحة. ب- العبارة خاطئة.

٣٥. تتناسب إستراتيجية التوزيع ..... مع السلع الإستهلاكية الخاصة.  
أ- المكثف. ب- الانتقائي. ج- الوحيد. د- جميع ما سبق.

٣٦. .... أحد عناصر المزيج الترويجي الذي يتميز أنه يتم دون مقابل بشرط أن يكون المحتوى يهم عدد كبير من الناس.  
أ- البيع الشخصي. ب- الإعلان. ج- تنشيط المبيعات. د- النشر.

٣٧. .... أحد عناصر المزيج الترويجي التي تتميز بقدرتها على إحداث تأثير مباشر وسريع عكس العناصر الأخرى.  
أ- البيع الشخصي. ب- الإعلان. ج- تنشيط المبيعات. د- النشر.

٣٨. .... هو المستهلك الذي يشتري السلعة لإستعماله الشخصي أو لإستهلاك أسرته.  
أ- المستهلك النهائي. ب- المستهلك التنظيمي. ج- المستهلك المرتقب. د- لا شيء مما سبق.

٣٩. .... المستهلك الذي يشتري السلع البديلة ولكن يمكن تحويله.  
أ- المستهلك النهائي. ب- المستهلك التنظيمي. ج- المستهلك المرتقب. د- لا شيء مما سبق.

٤٠. يتخذ المستهلك قرار الشراء من خلال عدة خطوات. فما هي الخطوة الثانية؟  
أ- المقارنة بين البدائل. ب- تقييم البدائل. ج- قرار الشراء. د- تقييم الرضا بعد الشراء.

السؤال الثاني:

أ- وضع عوامل اختيار منفذ التوزيع المناسب.

ب- اذكر مزايا وعيوب سياسة التوزيع الوحيد بالنسبة للموزع.