

## الواجبات والاختبار الفصل

### الواجب الاول

س1: عناصر المزيج التسويقي هي:

س2 : هي المنفعة التي يحققها التسويق وتُتعلق بسد الفجوة التي تحدث عندما يتم تقديم منتجات لا تتناسب مع احتياجات المستهلك :

س3: يسعى التسويق إلى اكتشافها لدى الفرد

س4: هو الرغبة مدعوم بالقدرة الپرائية

س5 : اهتمام الپركات الغذائية بتصنيع منتجات متوافقة مع المعايير البيئية والصحية، هذا التوجه يعبر عن:

## الواجب الثاني

س1 : جميع العناصر والمتغيرات والقوى المحيطة بعملية التسويق التي تقوم بها المنظمة والتي تؤثر بشكل مباشر على نجاحها في السوق، هذا التعريف يشير إلى مفهوم:

س2 : ارتفاع نسبة المرأة العاملة في المجتمع السعودي ما يعنى زيادة الطلب على خدمات رعاية الأطفال، يدخل ضمن متغيرات البيئة:

س3 : السماح للمرأة بدخول انتخابات مجالس الغرف والمحليات، يعنى وجود فرص لتسويق خدمات الدعاية والإعلان للمرشحات، يدخل ضمن التعامل مع متغيرات:

س4 : ارتفاع نسبة المقيمين ( الأجانب) يعنى زيادة الطلب على خدمات مثل تحويل الأموال والاتصالات...الخ، يدخل ضمن متغيرات البيئة:

س5 : قيام شركات السيارات بإنتاج سيارات منخفضة العوادم والإدخنة، يدخل ضمن التعامل مع متغيرات البيئة:

## الواجب الثالث

س1: الدوافع هي:

س2 : هو عملية تلقي وتنظيم واستيعاب المعلومات والمغريات البيعية واليروجية عن طريق الحواس الخمس

س3 : هي الجماعات المحيطة بالفرد والتي تؤثر على سلوكياته:

س4 : هي الخطوة الأولى في اتخاذ القرار السراي

س5: لتحديد البدائل المتاحة يلجأ المستهلك إلى تجميع:

## الواجب الرابع

س1 : هي طريقة التسعير التي تتسم بالسهولة والسرعة في تطبيقها

س2 : زيادة المبيعات من المنتجات الحالية في الأسواق الحالية... يسمى هذا المدخل

س3 : إجراء تعديلات على الغسالة الكهربائية لتقدم خاصية التجفيف بجانب خاصية التنظيف يشير هذا إلى:

س4 : في هذه المرحلة من دورة حياة المنتج تصل المبيعات إلى أقصى مستوى لها

س5 : الأجهزة الكهربائية تدخل ضمن

س6 : مجموعة من المنتجات تربط فيما بينها علاقة معينة وتشبع احتياجات واحده للمستهلكين وتشيرك في منافذ توزيع واحدة هذا التعريف يعبر عن:

س7 : تقديم منتجات جديدة لاسواق جديدة... يسمى هذا المدخل

س9 : المعلومات التسويقية التي تساعد في التخطيط الطويل الاجل للبركة تدرج ضمن

س10 : الصحف والمجلات تدخل ضمن :

## الاختبار الفصلين

س: كانت بركة فورد تنتج موديل واحد فقط وبلون واحد "أسود" وبسعر منخفض، هذا يعني أنها كانت تعمل في مرحلة التوجه بالمنتج

س: هو الرغبة مدعوم بالقدرة السرائية:

س: هي الجماعات المحيطة بالفرد والتي تؤثر على سلوكياته:

س: هي الخطوة الأولى في اتخاذ القرار السرائي:

س: اهتمام الشركات الغذائية بتصنيع منتجات متوافقة مع المعايير البيئية والصحية، هذا التوجه يعبر عن:

س: هي المنفعة التي يحققها التسويق وتتعلم بسد الفجوة التي تحدث عندما يتم تقديم منتجات لا تناسب مع احتياجات المستهلك:

س: جميع العناصر والمتغيرات والقوى المحيطة بعملية التسويق التي تقوم بها المنظمة والتي تؤثر بشكل مباشر على نجاحها في السوق، هذا التعريف يشير إلى مفهوم

س: ارتفاع نسبة المرأة العاملة في المجتمع السعودي ما يعني زيادة الطلب على خدمات رعاية الأطفال، يدخل ضمن متغيرات البيئة:

س: الدوافع والادراك والتعلم والاتجاهات تدخل ضمن العوامل الاجتماعية المؤثرة على سلوك المستهلك

س: مجموعة من المنتجات تربط فيما بينها علاقة معينة وتشبع احتياجات واحدة للمستهلكين وتشير في منافذ توزيع واحدة... هذا التعريف يعبر عن:

س: قيام شركات السيارات بإنتاج سيارات منخفضة العوادم والإدخنة، يدخل ضمن التعامل مع متغيرات البيئة الطبيعية

س: الدوافع هي

س: يدخل الموردون ضمن عناصر البيئة المباشرة المحيطة بالمنظمة

س: المرحلة التي يعيشها التسويق الآن هي مرحلة التسويق بالعلاقات حيث التركيز على بناء علاقات وطيدة وممتدة مع العملاء

س: تحديد البدائل هو الخطوة الأولى في عملية اتخاذ القرار السراي

س: الفرص التسويقية هي التحديات التي تؤثر سلباً على المنظمة وتحد من قدرتها على تحقيق أهدافها التسويقية

س: أصحاب فكرة السراء هم الأفراد الذين يسعون لإقناع المستهلك باتخاذ القرار السراي والقيام بعملية السراء

س: المعلومات التجارية التي تقدمها البرامج البرمجية للشركات هي المصدر الوحيد للمعلومات المتاحة للمستهلك

س: عناصر المزيج التسويقي هي:

س: الطلب هو الرغبة مدعوم بالقدرة السرائية

س: القرار يتخذ بشكل جماعي لدى المستهلك النهائي بينما يتخذ بشكل فردي لدى مشيري المنشآت

س: هو عملية تلقي وتنظيم واستيعاب المعلومات والمغريات البيعية والبروجية عن طريق الحواس الخمس

س: منفعة التملك هي المنفعة التي تعمل على سد الفجوة المتعلقة بعدم إدراك المنتج والمستهلك بما يمكن أن يقدمه كل طرف للآخر

س: المدخلات والعمليات والمخرجات .. تعبر عن:

س: يتسم سوق المستهلك النهائي بالمحدودية بينما يتسم سوق المنشآت بالاتساع

س: المعلومات اليومية التي يتم جمعها وتُتعلق بالأنشطة التسويقية والبيعية المختلفة. تُندرج ضمن:

س: قيام بركة السيارات بتنظيم نشاطها التسويقي إلى أقسام سيارات الركوب، الاوناش ، سيارات النقل. يعنى أن البركة تنظم نشاطها التسويقي على أساس:

س: الحاجة هي الوسيلة التي من خلالها يشبع الفرد احتياجاته وتتأثر بثقافة الفرد والبيئة التي يعيش فيها

س: هو مجموعة من المواصفات التي تحقق منافع معينة تشبع حاجات ورغبات المستهلكين:

س: هي ظل المفهوم الحديث للتسويق يأتي العميل في المرتبة الثانية من حيث الأهمية وذلك بعد تحقيق الأرباح

س: لتحديد البدائل المتاحة يلجأ المستهلك إلى تجميع:

س: التوزيع هو الطريق الذي تسلكه المنتجات من المنتج إلى المستهلك لتصل إليه في الوقت المناسب وفي المكان المناسب

س: تتخفص مرونة الطلب في سوق المستهلك النهائي بينما ترتفع في سوق مشيري المنشآت

س: هم الذين يبادرون بالحديث عن منتج معين ومزاياه ومنافعه

س: يسعى التسويق إلى اكتشافها لدى الفرد

س: التعلم هو عملية تلقي وتنظيم واستيعاب المعلومات والمغريات البيعية عن طريق الحواس الخمس

س: اعتماد منتج الإخشاب على طلب مصانع الإثاث والتي تعتمد بدورها على طلب الموزعين للإثاث والتي تعتمد بدورها على طلب المستهلك النهائي...هذه العملية يطلق عليها " الطلب المشتق "

س: الاتجاهات تنسم بالثبات والتعميم ويصعب تغييرها

س: التسعير هو القيمة التي يدفعها المستهلك مقابل حصوله على المنتج (المنفعة)

س: السماح للمرأة بدخول انتخابات مجالس الغرف والمحليات، يعبي وجود فرص لتسويق خدمات الدعاية والإعلان للمرشحات، يدخل ضمن التعامل مع متغيرات:

س: ارتفاع نسبة المرأة العاملة في مجتمع بما يؤدي الى زيادة الطلب على خدمات رعاية الأطفال يدخل ضمن تأثير المتغيرات الاجتماعية والثقافية في التسويق

س: المخاطر التسويقية هي حاجات غير مشبعة لدى المستهلكين وتسمى المنظمة الى اشباع تلك الاحتياجات

س: الاتصال غير مباشر بين المنتج والمستهلك في سوق المستهلك النهائي بينما هو اتصال مباشر في سوق مشيري المنشآت



س: تقسيم السوق في المملكة إلى سوق المنطقة الغربية وسوق المنطقة الشرقية وسوق المنطقة الشمالية وسوق المنطقة الجنوبية وسوق المنطقة الوسطى يندرج تحت:

س: اهتمام الشركات الغذائية بتصنيع منتجات متوافقة مع المعايير البيئية والصحية يعبر عن تطبيق المفهوم الاجتماعي للتسويق

س: تشمل عملية الشراء

س: يدخل الوسطاء ضمن عناصر البيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة

س: ارتفاع نسبة المقيمين ( الإجنب ) يعنى زيادة الطلب على خدمات مثل تحويل الاموال والاتصالات ..إلخ ، يدخل ضمن متغيرات البيئة:

س: شركات السيارات المتخصصة في إنتاج السيارات ذات السعر المرتفع للفئة ذات الدخل المرتفع. هذه الشركات تطبق اسيراتيجية:

س: مشرو المنشآت هم المنشآت والافراد الذين يقومون بشراء السلع والخدمات - ليس بهدف الاستهلاك - ولكن بهدف

انتاج سلع وخدمات أخرى واعادة البيع للمنشآت أو للمستهلك النهائي

س: الفرص التسويقية هي التحديات التي تؤثر سلباً على المنظمة وتحد من قدرتها على تحقيق أهدافها التسويقية

س: عند الشراء يركز المستهلك النهائي على المنافع، بينما يركز مشيري المنشآت على الخصائص

س: المنفعة الزمنية هي توصيل المنتجات للمستهلك الذي عادة ما يكون بعيداً عن مواقع إنتاج المنتجات

س: قادة الرأي هم الأفراد الذين لديهم تأثير قوي على اتجاهات وسلوكيات الآخرين

س: في ظل مرحلة التوجه بالبيع تركز المنظمة على معرفة احتياجات وخصائص العملاء