



قائمة الاسئلة

امتحان نهاية الفصل الدراسي الثاني - للعام الجامعي 1446 هـ - الموافق -2024 -2025-كلية الإعلام :: الاتصالات التسويقية المتكاملة -المستوى أ.م.د. عمر عيرين

- (1) السعر، هو الشيء الوحيد الذي يستطيع السوق تغييره بسرعة.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (2) التسويق، هو أي شيء ملموس أو غير ملموس يحصل عليه الفرد خلال عملية تبادل.
 (1) - صح
 (2) + خطأ
- (3) السعر = العائد الكلي - التكاليف الكلية.
 (1) - صح
 (2) + خطأ
- (4) من أهداف التسعير، دفع المنافسين لتخفيض أسعارهم.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (5) استراتيجية التخميم، هي سياسة تحديد أقل سعر بغرض الحصول على أقصى الأرباح في الأجل القصير.
 (1) - صح
 (2) + خطأ
- (6) من خصائص السلع الإستهلاكية، اتساع نطاق السوق.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (7) من مبادئ التسويق، تحقيق منفعة المنتج.
 (1) - صح
 (2) + خطأ
- (8) من سمات البيئة التسويقية، التوجه نحو الكيانات الاقتصادية الكبيرة.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (9) من مصادر تحديد الأسعار في المشروع الإنتاجي، أسعار تحدد بواسطة الهيئات الحكومية.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (10) من قواعد استخدام اللون للتغليف، استخدام اللون الذي يجذب الانتباه.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (11) السلعة من وجهة نظر المستهلك، هي مجموعة المنافع التي يحصل عليها من شراؤه للسلعة.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (12) المواد الخام، تتضمن الأدوات والآلات التي تستخدم لأعراض الإنتاج مثل آلات السحب والصرع والتشكيل.
 (1) - صح
 (2) + خطأ
- (13) أسعار المكانة، تعتبر أحد تطبيقات التسعير النفسي.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (14) الخليط السلعي، هو مجموعة السلع أو الخدمات التي يقدمها المشروع الواحد لسوق المستهلكين.
 (1) + صح
 (2) - خطأ
- (15) السلع الميسرة، هي السلع التي يحتاج المستهلك إلى إنفاق الوقت وبذل الجهود لمقارنة السلع المعروضة في المتاجر.
 (1) - صح
 (2) + خطأ
- (16) (التأمين، الضرائب، الرسوم) من أشكال:





- (1) - المنتج
(2) + السعر
(3) - التوزيع
(4) - الترويج
- (17) عدد أشكال المزيج التسويقي ($5 \times 5 \times 5$)، وتساوي في هذه الحالة:
(1) - (645).
(2) - (635).
(3) + (625).
(4) - (615).
- (18) يعرف بـ(البائع الصامت) :
(1) - الخامات
(2) + التغليف
(3) - السعر
(4) - الاسم التجاري
- (19) هو عملية تخطيط وتنفيذ مفهوم التسعير والتوزيع والترويج للأفكار والسلع والخدمات:
(1) + التسويق.
(2) - المنتج
(3) - التوزيع
(4) - الترويج
- (20) يجب أن يكون إيجابي وله معنى ومن السهل نطقه وتذكره:
(1) - التصميم.
(2) - الشكل.
(3) - الحجم.
(4) + الاسم التجاري.
- (21) تتميز بصفات معينة تجعل بعض المستهلكين يصرون للحصول عليها بالاسم :
(1) + السلع الخاصة
(2) - السلع الميسرة
(3) - سلع التسوق
(4) - السلع غير المنظورة
- (22) تكاليف إنتاج الوحدة الإضافية من السلعة، هي :
(1) - التكاليف المتغيرة
(2) - التكاليف الثابتة
(3) + التكاليف الحدية
(4) - التكاليف الغارقة
- (23) يتصف الإعلان في هذه المرحلة بوظيفية "التعريف"، وهي مرحلة :
(1) + التقديم
(2) - النمو
(3) - النضج
(4) - التدهور
- (24) تشير إلى هيكل وتركيبية الأفراد والجماعات والروابط والعلاقات التي تجمع بينهم:
(1) - القوى القانونية.
(2) + القوى الاجتماعية.
(3) - القوى الثقافية.
(4) - القوى الاقتصادية.
- (25) تنشيط المبيعات، البيع الشخصي، من قرارات عناصر :
(1) - التسويق
(2) - التسعير
(3) - التوزيع
(4) + الترويج

