قائمة الاسئلة

امتحان نهاية الفصل الدراسي الثاني - للعام الجامعي 1446 هـ - الموافق -2025/2024م-مركز الحاسوب :: الإعلان والتسويق - المستوى -

أ. فاطمة حسن

1) مفهوم التلازمية:
   1) - عملية ادائية تتصف بالاملموسة
   2) - هي القيمة المعطاة لخدمة معينة
   3) + صعوبة فصل مقدمة الخدمة عن الخدمة نفسها
   4) - كل ما سبق

2) عرفت الجمعية الأمريكية التسويق بأنه:
   1) - هو نشاط الأعمال الذي يوجه إنسياب الأفكار إلى المستهلك أو المستخدم
   2) - هو الأعمال التي تقوم بها المنشأة من أجل بيع منتجاتها
   3) + هو نشاط الأعمال الذي يوجه إنسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك او المستخدم
   4) - هو عبارة عن المنتجات من سلع وخدمات

3) تحليل السوق, تحليل المنافسة, تحليل العملاء, من خطوات
   1) + اعداد خطة تسويقية ناجحة
   2) - اعداد اعلان عبر الانترنت
   3) - الترويج عبر الانترنت
   4) - التسعير

4) الدوافع هي:
   1) + شعور وإحساس داخلي يحرك سلوك الفرد بهدف تقليل التوتر الناتج عن نقص في إشباع حاجة أو حاجات معينة
   2) - شعور خارجي يحرك سلوك الفرد
   3) - شعور داخلي يزيد التوتر الناتج عن نقص في إشباع حاجة أو حاجات معينة
   4) - شعور لا إرادي يحرك سلوك الفرد

5) من خطوات اعداد خطة تسويقية ناجحة:
   1) - تحديد اهدافك التسويقية بوضوح
   2) - تحديد استراتيجية التسويق
   3) - تحليل الشركة
   4) + كل ما سبق

6) مفهوم الرغبات:
   1) + هي الوسائل التي عن طريقها يتم إشباع حاجات الفرد
   2) - هي الأعمال التي يقوم بها الفرد لإشباع حاجاته
   3) - هي مجموعة المؤثرات الداخلية للفرد
   4) - هي الحاجة الي تحقيق الذات

7) توجد مجموعة من الأدوات الأساسية لترويج منتجات منظمات الاعمال عبر الانترنت منها:
   1) - نقاط البيع الالكترونية
   2) - البيع عن طريق الهاتف
   3) + الموقع الالكتروني
   4) - كل ما سبق

8) يؤدي التسويق العديد من المنافع للمستهلكين ومنها:
   1) - المنافع الاجتماعية
   2) + المنافع الزمنية والمكانية
   3) - المنافع الإنتاجية
   4) - المنافع الإقتصادية

9) من الوسائل المستحدثة في التوزيع بفعل تكنولوجيا المعلومات:
   1) + البيع عن طريق الهاتف
   2) - التكاليف وهامش الربح
   3) - التطوير والتحسين المستمر للمنتج
   4) - البيع عن طريق اللقاء المباشر

10) التركيز على زيادة الإنتاج دون النظر للجودة من:

1) - مرحلة التوجه بالتسويق
2) - مرحلة التوجه بالبيع
3) + مرحلة التوجه بالإنتاج
4) - كل ما سبق

11) المنتج الالكتروني هو:
1) + المنتج الذي يجري تبادله بالاعتماد على شبكة الانترنت
2) - المنتج الذي يجري تبادله بالاعتماد على اللقاء المباشر
3) - المنتج الذي لا يعتمد على شبكة الانترنت
4) - ليس أيا مما سبق

12) بدأ الاهتمام ببحوث التسويق وتخطيط المنتجات ودراسات المستهلك في:
1) + مرحلة التوجيه بالتسويق
2) - مرحلة التوجيه بالبيع
3) - مرحلة التوجيه بالإنتاج
4) - مرحلة التوجيه بالإستهلاك

13) من مزايا التسويق الالكتروني:
1) - عرض المنتج الملائم للمشتري
2) + اختصار المسافات والعقبات الجغرافية دون الحاجة الى اللقاء
3) - قلة التكلفة التسويقية
4) - كل ما سبق

14) ركز المفهوم الاجتماعي على ثلاث محاور مهمة منها:
1) + احتياجات المستهلكين في إشباع حاجاتهم ورغباتهم
2) - المساهمة في تخطيط وتطوير المنتجات التي تقدم للسوق
3) - القيام بدراسات وبحوث التسويق
4) - زيادة الحصة السوقية للمنشأة

15) من أهمية التسويق الالكتروني:
1) + استمرارية البيع في كافة الأوقات
2) - تخفيض التكاليف التسويقية بشكل كبير
3) - اللقاء المباشر بين طرفي العملية التسويقية
4) - الشراء مباشرة من الموقع

16) زيادة المبيعات, زيادة الأرباح, التوسع والانتشار, من اهداف:
1) - الترويج
2) - البيع
3) - التوزيع
4) + التسويق

17) مرحلة الاعداد, مرحلة الاتصال, مرحلة التبادل, من مراحل:
1) - التجارة الالكترونية
2) - الإدارة الالكترونية
3) + التسويق الالكتروني
4) - الاعمال الالكترونية

18) المنتج, السعر, التوزيع, الترويج, من مكونات:
1) - التسويق
2) + المزيج التسويقي
3) - المنتج والجودة
4) - البيع

19) استخدام وسائل الكترونية لتمكين عمليات التبادل ما بين طرفين او اكثر:
1) - الأعمال الالكترونية
2) + التجارة الالكترونية
3) - الإدارة الالكترونية
4) - التسويق الالكتروني

20) هو توصيل المنتج الى السوق في الزمان والمكان المناسبين:
1) - المنتج
2) + التوزيع
3) - السعر
4) - المزيج التسويقي

21) المفهوم الإنتاجي يعني:
1) - ان المستهلك لن يقبل بشراء المنتج بغض النظر عن سعره
2) + ان المستهلك سيقبل بشراء النتج بغض النظر عن جودته ويركز على السعر فقط
3) - ان المستهلك سيقبل على شراء المنتج اذا كان ذا جودة مناسبة
4) - ان المستهلك لن يقبل بشراء المنتج بغض النظر عن جودته

22) هو النشاط الذي يتضمن تعريف المستهلك بالمنتج:
1) - المنتج
2) - التوزيع
3) + الترويج
4) - التسويق

23) عدد مراحل تطور الانترنت:
1) - مرحلتين
2) - ثلاث مراحل
3) + اربع مراحل
4) - خمس مراحل

24) مفهوم الخدمات:
1) - هي المنتجات الملموسة والتي تهدف الى زيادة حجم الإنتاج
2) + هي المنتجات الغير الملموسة والتي تهدف الى اشباع حاجات العميل
3) - هي مجموعة من الوسائل التي يتم من خلالها اشباع الحاجات
4) - هي وظيفة إدارية ضرورية في أي منظمة من المنظمات

25) من اشكال تسويق الخدمات:
1) - التسويق الداخلي
2) - التسويق الخارجي
3) - التسويق التبادلي
4) + كل ما سبق

26) أنواع الخدمات:
1) - التسعير
2) - التوزيع
3) + تسويق الخدمات السياسية
4) - جميع ما سبق

27) من عناصر المزيج التسويقي الخدمي:
1) - الملكية
2) + المنتج الخدمي
3) - التفاعل
4) - التجريد

28) مفهوم السوق:
1) + هو المكان الذي يلتقي فيه العرض والطلب على منتج ما
2) - هو مجموعة من المؤثرات الخارجية التي تؤثر في الفرد
3) - هو المنشأة التي يتم فيها البيع والشراء
4) - هو نظام متكامل يشمل مجموعة من الأنشطة

29) الا ملموس, التلازمية, التجريد, من خصائص:
1) + الخدمات
2) - التسويق
3) - التسعير

4) - الترويج

30) عرف كوتلر التسويق على أنه:
1) - نظام غير متكامل يشمل على مجموعة من الأنشطة الرئيسية المتعلقة بتخطيط وتسعير وتوزيع وترويج السلع والخدمات للمستهلكين الحاليين والمرتقبين
2) - نظام متكامل يشمل على مجموعة من الأنشطة الفرعية المتعلقة بالخدمات
3) - نظام متكامل يشمل مجموعة من الأنشطة الفرعية المتعلقة بالسلع
4) + نظام متكامل يشمل مجموعة من الأنشطة الفرعية المتعلقة بتخطيط وتسعير وتوزيع وترويج السلع والخدمات للمستهلكين الحاليين والمرتقبين

31) هي وظيفة إدارية ضرورية في أي منظمة من المنظمات:
1) - مفهوم الخدمات
2) + مفهوم تسويق الخدمات
3) - مفهوم التوزيع
4) - مفهوم الترويج

32) مفهوم المنتج والجودة:
1) - ان المستهلك سيقبل بشراء النتج بغض النظر عن جودته ويركز على السعر فقط
2) - ان المستهلك لن يقبل بشراء المنتج بغض النظر عن جودته
3) + ان المستهلك سيقبل على شراء المنتج اذا كان ذا جودة مناسبة
4) - ان المستهلك لن يقبل بشراء المنتج بغض النظر عن سعره

33) المزيج الترويجي المتكامل يتكون من عدة عناصر منها:
1) - الإعلان
2) - البيع الشخصي
3) - تنشيط البيع
4) + جميع ما سبق

34) المساهمة في تخطيط وتطوير المنتجات التي تقدم للسوق من أهمية التسويق لدى:
1) + المنظمات
2) - المستهلكين
3) - الفرد
4) - كل ما سبق

35) هو القيمة التي يدفعها المستهلك الى البائع في مقابل المنفعة:
1) + السعر
2) - الحافز
3) - الترويج
4) - الرغبات

36) علاج مشكلة البطالة يعتبر من:
1) + أهمية التسويق للمجتمع
2) - أهمية التسويق للمنظمات
3) - أهمية التسويق للفرد
4) - أهمية التسويق للمستهلكين

37) هو ما تقدمه المنشأة الى السوق من سلع او خدمات او أفكار:
1) - السعر
2) - التوزيع
3) - الترويج
4) + المنتج

38) يرتكز المفهوم الحديث للتسويق على عدة مبادئ منها:
1) - مبدأ الإنطلاق من حاجات ورغبات المستهلك
2) - مبدأ الإرتباط بين النشاط التسويقي والعملية الإدارية
3) - مبدأ إستمرارية الوظيفة التسويقية
4) + كل ما سبق

39) مفهوم المزيج التسويقي:

1) + هو مجموعة من الأنشطة التسويقية المتكاملة والمترابطة التي تقوم بها المنشأة
2) - هو مجموعة من المؤثرات الخارجية
3) - هو مجموعة من المؤثرات الداخلية
4) - هو مجموعة من الوسائل التي عن طريقها يتم اشباع الحاجات

40) من سمات هذه المرحلة ظهور مشكلات التوزيع:
1) - مرحلة التوجه بالإنتاج
2) - مرحلة التوجه بالتسويق
3) + مرحلة التوجه بالبيع
4) - مرحلة التوجه بالترويج