

المركز الجامعي ميله

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الثانية علوم تجارية

امتحان السداسي الأول في مادة أساسيات التسويق

الاسم	اللقب	الفوج	العلامة
-------	-------	-------	---------

السؤال: اختر الإجابة أو الإجابات الصحيحة

- 1- من مزايا الاسم التجاري: أ- سهولة النطق والإدراك ب- لها وقع موسيقي ج- تحتوي على أقل قدر من الكلمات والحروف د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 2- يتم تحديد موقع العلامة التجارية: أ- على أساس خواص المنتج ب- على أساس منفعة المنتج ج- على أساس التأثير العاطفي د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 3- مستويات التغليف حسب الوظيفة: أ- الغلاف الأول والثاني والثالث ب- الغلاف التسويقي والتوزيعي ج- الغلاف الحاوي والديكور د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 4- أهمية التغليف بالنسبة للمنتج: أ- حماية المنتج من المؤثرات الخارجية ب- تمييز منتجات المؤسسة ج- اعتماده في عملية تجزئة السوق د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 5- عند تحديد السعر النهائي يؤخذ في الحسبان: أ- الحساسية السعرية للمستهلكين ب- السياسة العامة للتسعير ج- المتدخلون الآخرون د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 6- من نتائج تحديد السعر: أ- تحديد الأهداف ب- تقييم الطلب ج- تحليل المنافسة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 7- تصنف قنوات الاتصال الشخصية إلى: أ- القنوات التجارية ب- قنوات الخبراء ج- القنوات الاجتماعية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 8- من قنوات الاتصال الشخصية: أ- البيع الشخصي ب- التسويق المباشر ج- الرعاية والعلاقات العامة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 9- من خصائص الرعاية: أ- قوة المفعول ب- ثراء استثنائي في التعبير ج- الرقابة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 10- مما يؤثر على اختيار قنوات التوزيع: أ- اعتبارات السوق ب- اعتبارات المنتج ج- اعتبارات الوسيط د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 11- من اعتبارات المنظمة عند اختيارها لقناة التوزيع: أ- قيمة الوحدة الواحدة من المنتج ب- القابلية للتلف ج- الطبيعة التقنية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 12- من مساوئ التسويق الإلكتروني بالنسبة للمؤسسة: أ- إدارة موقع الشبكة مكلفة ب- عدم وجود سرية في التعامل ج- تدهور خدمة الزبون د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 13- من مزايا السوق الإلكتروني: أ- مساعدة الزبون في اختيار المنتجات ب- قابلية الدخول والأسلوب الرقمي والذاكرة ج- القدرة على دراسة سلوك العملاء د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 14- من مميزات التسويق الإلكتروني: أ- إيجاد وسائل للتجارة توافق عصر المعلومات ب- الدخول إلى الأسواق العالمية ج- تطوير الأداء التجاري والخدمي د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 15- من فوائد التسويق الدولي: أ- تحسين مستويات المعيشة وفهم عملية التسويق ب- زيادة المبيعات والأرباح ج- تقليص التضخم والاعتدال في الأسعار د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 16- من المبادئ العامة للتسويق الدولي: أ- التخصص وتقسيم العمل ب- التغير في ظروف السوق ج- وجود قدرة شرائية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 17- مما سهل استخدام أسلوب التسويق العالمي: أ- تحديد السياسة التسويقية ب- تحديد العرض التجاري ج- إنشاء التكتلات الاقتصادية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 18- مما تسمح به أخلاقيات التسويق: أ- الإفصاح عن المخاطر ب- توضيح أي جزء أو محتوى من محتويات المنتج ج- توضيح مواصفات السلعة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق

- 19- مما يتعلق بأخلاقيات التسويق: أ- قيود متعلقة بالاستدامة ب- قيود متعلقة بقيم المجتمع ج- قيود متعلقة بالمنتج د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 20- من معايير أخلاقيات التسويق في مجال التسعير: أ- منع تجميع الأموال تحت غطاء بحث تسويق ب- الكشف عم جميع التكاليف ج- مجاملة المتعاونين والعملاء د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق