

المركز الجامعي ميلة

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 التبيين : 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 اختيار اسم 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 الخصائص: 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 للمستهلك: أ- تمييز المنتج المطلوب بالنسبة له ب- تسهيل حمل المنتج ونقله
ج- اعتماده في عملية تجزئة السوق د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 5- عند تحديد السعر النهائي يؤخذ في الحسبان: أ- السعر المنخفض في جميع الأيام ب- المبادرة بتخفيض السعر
ج- القيمة المدركة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 6- من مراحل تحديد السعر: أ- تحديد الأهداف ب- تقييم الطلب ج- تكيف السعر
د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 7- تصنف قنوات الاتصال إلى: أ- القنوات الشخصية ب- القنوات غير الشخصية ج- القنوات الاجتماعية
د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 8- من قنوات الاتصال غير الشخصية: أ- الإعلان والدعاية ب- تنشيط المبيعات ج- الرعاية والعلاقات العامة
د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 9- من خصائص الرعاية: أ- الملاءمة ب- الانخراط والطابع الضمني ج- الرقابة
د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 10- مما يؤثر على اختيار الوسطاء: أ- خدمات الوسطاء ب- تحفيز الوسطاء ج- سياسات الوسطاء
د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 11- من اعتبارات المنظمة عند اختيارها لقناة التوزيع: أ- الرغبة في السيطرة على القناة ب- حجم الطلبية ج-
الموارد المالية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 12- من مساوئ التسويق الإلكتروني بالنسبة للزبون: أ- الخوف التكنولوجي ب- عدم وجود سرية في التعامل
ج- مخاوف الأمن د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 13- من سمات السوق الإلكتروني: أ- مساعدة الزبون في اختيار المنتجات ب- توفير منتجات غير متوفرة في
البلدان الأصلية 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- توفير معلومات عن
منتجات المؤسسة ج- يزيد من كفاءة السوق د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 15- من فوائد التسويق الدولي: أ- إشباع حاجات ورغبات المستهلك العالمي ب- مواجهة المنافسة والتفوق عليها
ج- فهم وإدراك القيود البيئية العالمية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 16- من المبادئ العامة للتسويق الدولي: أ- حتمية الترويج ب- دور الحكومات الوطنية
ج- التغيير في ظروف السوق د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 17- مما سهل في استخدام أسلوب التسويق العالمي: أ- تحرير الأسواق المالية ب- صعود الليبرالية الاقتصادية
ج- إنشاء التكتلات الاقتصادية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 18- مما تسمح به أخلاقيات التسويق: أ- تجنب ترويج المنتجات المخادعة ب- تعزيز سمعة المنظمة على الصعيد
المحلي والدولي ج- الابتعاد عن الضغوط العاطفية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق

- 19- مما يتعلق بأخلاقيات التسويق: أقيود متعلقة بالاستدامة ب- قيود متعلقة بقيم المجتمع ج- ما يتعلق بالأعمال الخيرية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 20- من معايير أخلاقيات التسويق في مجال المنتج: 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