

<p>11- تعد الطبقة الاجتماعية من العوامل : B-.</p> <p>12- يعتبر الأصدقاء, والأهل, والأقرباء, من الجماعات : C-</p> <p>13- يعتبر زملاء العمل, من الجماعات : A-</p> <p>14- يظهر أثر تفضيل المستهلك لمحل معين, أو تفضيله للشراء عبر الانترنت, أو الشراء من السوبرماركت أثناء مرحلة: B-</p> <p>15- المرحلة الخامسة من مراحل عملية تطوير المنتج الجديد هي: A-</p> <p>16- من خصائص سلع التسوق: B</p> <p>17- تعد الأحاديث من العوامل : A-</p> <p>18- من مميزات الطلب على السلع الصناعية أنه: B-</p> <p>19- المرحلة الرابعة من إجراءات قرار الشراء عند المستهلك الأخير هي: B-</p> <p>20 - يتشكل الرضا أو عدم الرضا عن قرار الشراء لدى المستهلك أثناء مرحلة: B-</p>	<p>1- تعد أهمية موضوع الشراء من العوامل : A- .</p> <p>2- من عناصر المزيج التسويقي نذكر: C-.</p> <p>3- تعد منطقة السكن من العوامل : B-</p> <p>4- يتميز عصر الإنتاج ب: B- .</p> <p>5- يؤثر في سلوك المستهلك جملة عوامل أنشطة يمارسونها، هوايات، آراء عن السياسة والاقتصاد والمجتمع، والتعليم وغيرها تسمى C- .</p> <p>6- الحاجة الرابعة في سلم هرم ماسلو للحاجات هي: D- .</p> <p>7- يعد مستوى التعليم من العوامل : B-</p> <p>8- في دراسة تطور التسويق, الاهتمام بتلبية احتياجات المستهلك, والتنبؤ بها, ودراسة سلوكه, والترويج للسلعة, من خصائص عصر: C-</p> <p>9- من عناصر المزيج التسويقي نذكر: D- .</p> <p>10- تم تعميق دور الماركة في: C-.</p>
--	---

<p>31- تعتمد استراتيجية اختراق السوق في التسعير: C.</p> <p>32- منتجات وجدت للاستعمال في إنتاج منتجات أخرى: D..</p> <p>33- الحاجة الثانية من حاجات هرم ماسلو هي: A.</p> <p>34- (سوق حالية، منتجات حالية) في مصفوفة أنسوف تعبر عن: D..</p> <p>35 - عندما يقدم مصنع معين بسكويت بالإضافة لتقديمه العصير سابقاً فإن استراتيجية تطوير منتجات تدعى: A.</p> <p>36- الحصول على شهادة الدكتوراه يشجع: C.</p> <p>37- ضمن دورة حياة المنتج تصل المبيعات للقمة في مرحلة: B.</p> <p>38- في مرحلة تقييم ما بعد الشراء يختبر المستهلك النتيجة التالية: B.</p> <p>39- من أشكال قنوات التوزيع غير المباشر: D.</p> <p>40- يرى كوتلر التسويق بأنه: D.</p>	<p>21- قسم المسوقون السلع إلى مجموعتين: A.</p> <p>22- (سوق جديدة، منتجات حالية) في مصفوفة أنسوف تعبر عن: B.</p> <p>23- من أهم الخواص الديموغرافية: D..</p> <p>24- منتجات لا يملك المستهلك الدراية بها: C..</p> <p>25- المرحلة الثالثة في عملية اتخاذ القرار الشرائي: C..</p> <p>26- تعتمد استراتيجية قشط السوق في التسعير: A.</p> <p>27 -العامل الخارجي المؤثر في السعر: C.</p> <p>28- من عوامل البيئة الاقتصادية: D.</p> <p>29- عناصر المزيج التسويقي هي: B.</p> <p>30- من أهم العوامل المؤدية إلى ظهور ثقافات فرعية في المجتمع: D.</p>
--	--

مع تمنياتي للجميع بالنجاح والتوفيق
انتهت الأسئلة

مبادئ التسويق نموذج - ب -

<p>11- المرحلة الرابعة من مراحل عملية تطوير المنتج الجديد هي: B</p> <p>12- المرحلة الثانية من إجراءات قرار الشراء الصناعي هي: A-</p> <p>13- يعتبر الأصدقاء، والأهل، والأقرباء، من الجماعات: C</p> <p>14- يظهر أثر تفضيل المستهلك لمحل معين، أو تفضيله للشراء عبر الانترنت، أو الشراء من السوبرماركت أثناء مرحلة: B</p> <p>15- المرحلة الخامسة من مراحل عملية تطوير المنتج الجديد هي: B</p> <p>16- من خصائص السلع الميسرة: A</p> <p>17- يعود المستهلك بذاكرته عن السلع التي تلبى احتياجاته، وإن لم يجد خيارات كافية ومقنعة، يسأل في المتاجر، ويسأل الناس المحربين عما يفيد، خلال مرحلة: A-</p> <p>18- تعد الأحاديث من العوامل: A</p> <p>19- من مميزات الطلب على السلع الصناعية أنه: B</p> <p>20- من خصائص سلع التسوق: B</p>	<p>1- في دراسة تطور التسويق، الاهتمام بتلبية احتياجات المستهلك، والتنبؤ بها، ودراسة سلوكه، والترويج للسلعة، من خصائص عصر: C</p> <p>2- الحاجة الرابعة في سلم هرم ماسلو للحاجات هي: D</p> <p>3- من عناصر المزيج التسويقي نذكر: C</p> <p>4- تعد منطقة السكن من العوامل: B</p> <p>5- يتميز عصر الإنتاج ب: B</p> <p>6- يؤثر في سلوك المستهلك جملة عوامل أنشطة يمارسها، هوايات، آراء عن السياسة والاقتصاد والمجتمع، والتعليم وغيرها تسمى: C</p> <p>7- يعد مستوى التعليم من العوامل: B</p> <p>8- تعد أهمية موضوع الشراء من العوامل: A-</p> <p>9- من عناصر المزيج التسويقي نذكر: D</p> <p>10- تم تعميق دور الماركة في: C</p>
--	--

<p>31- (سوق جديدة، منتجات حالية) في مصفوفة أنسوف تعبر عن: B</p> <p>32- المرحلة الثالثة في عملية اتخاذ القرار الشرائي: C</p> <p>33- من أهم الخواص الديموغرافية: D</p> <p>34- العامل الخارجي المؤثر في السعر: C</p> <p>35- من أهم العوامل المؤدية إلى ظهور ثقافات فرعية في المجتمع: D</p> <p>36- تعتمد استراتيجية اختراق السوق في التسعير: C</p> <p>37- الحاجة الثانية من حاجات هرم ماسلو هي: A.</p> <p>38- قسم المسوقون السلع إلى مجموعتين: A.</p> <p>39- في مرحلة تقييم ما بعد الشراء يختبر المستهلك النتيجة التالية: B</p> <p>40- عناصر المزيج التسويقي هي: B</p>	<p>21- يرى كوتلر التسويق بأنه: D</p> <p>22- منتجات وجدت للاستعمال في إنتاج منتجات أخرى: D</p> <p>23- تعتمد استراتيجية قشط السوق في التسعير: A.</p> <p>24- من أشكال قنوات التوزيع غير المباشر: D.</p> <p>25- (سوق حالية، منتجات حالية) في مصفوفة أنسوف تعبر عن: C</p> <p>26- منتجات لا يملك المستهلك الدراية بها: C</p> <p>27- عندما يقدم مصنع معين بسكويت بالإضافة لتقديمه العصير سابقاً فإن استراتيجية تطوير منتجات تدعى: A</p> <p>28- الحصول على شهادة الدكتوراه يشبع: C</p> <p>29- ضمن دورة حياة المنتج تصل المبيعات للقمة في مرحلة: B</p> <p>30- من عوامل البيئة الاقتصادية: D</p>
--	--

مع تمنياتي للجميع بالنجاح والتوفيق
انتهت الأسئلة

