

### الاجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية لمادة "تسويق خدمات النقل"

#### 0.5 نقطة لكل إجابة صحيحة بالنسبة لكل سؤال

(1) للعمليات في تسويق خدمات النقل أهمية كبيرة، تكمن أساساً في كونها:

- المحددة لرقم أعمال الشركة  أهم عنصر في المزيج التسويقي

- التكلفة المرتبطة للتطوير  التعقيد المتزايد للعملية الإنتاجية

(2) تتجلى القيمة التنافسية لمؤسسات خدمات النقل حقيقة من خلال أفرادها وذلك لـ :

- إمكانية الحصول على التكنولوجيا  عدم وجود براءة الاختراع في مجال الخدمات  
 عوامل التكلفة والاقتصاديات السلمية  تقديم عروض أفضل من طرف المنافسين

(3) يقصد بتمكين الموظفين:

- تقويض السلطة للموظفين  تدريب وتكوين الموظفين  
 العمل على تطوير الكفاءة  تقويض المسؤولية للموظفين

(4) نجاح العمليات في خدمات النقل ينعكس على:

- تقاسم أرباح الإنتاجية  رضا الزبائن  
 الكفاءة التشغيلية  القدرة التنافسية للشركة

(5) أفراد الاحتياط (People) هم في وضعية شبه دائمة من الإجهاد وذلك بسبب:

- لا ملموسية الخدمة  آنية الانتاج والاستهلاك  
 التضارب بين أهداف المنظمة والزبائن

(6) في الحقيقة لا يوجد هناك توزيع في مجال الخدمات بصفة عامة وذلك بسبب:

- خاصية التلاصق  خاصية اللاملموسية  
 خاصية عدم التجانس  خاصية الفورية

(7) في سيرورة إنتاج الخدمة، يعد الزبائن:

- المحور الأساسي لنشاط المنظمة مستهلك للخدمة  منتج للخدمة  
 مساعد مستهلك للخدمة

(8) يقصد بمعدل دوران العمل:

- معدل التداول على المناصب  
 معدل الترقى في سلم الدرجات  
 معدل التوظيف

(9) إذا كانت الجودة المدركة مساوية للجودة المتوقعة فسيشعر الزبون بـ :

- الوفاء والولاء
- الرضا
- عدم الرضا
- الحياد

(10) من مميزات خاصية اللاملموسية:

- مشاهدة النتائج لا يتم سلفا
- التزامن بين إنتاج الخدمة واستهلاكها
- عدم وجود إمكانية للتخزين
- لا يمكن تجربتها

(11) يتمثل التوزيع في خدمات النقل :

- نقل المسافرين
- ت توفير موقع وتطبيقات للخدمة
- نقل البضائع
- تقرب مكان الاستفادة من الخدمة

(12) تشمل الأدلة المادية في خدمات النقل :

- أنظمة التتبع
- وسائل النقل
- التطبيقات والموقع الإلكتروني
- نظافة المركبات

(13) تتجلى قيمة الخدمة للزبون من خلال المقارنة بين:

- السعر ومجمل المنافع المتحصل عليها
- الجودة المتوقعة والجودة المدركة
- التكلفة والسعر
- الجودة المدركة والسعر

(14) تستخدم السياسة السعرية للتخفيف من المشاكل التسويقية الناجمة عن خاصية الفئات من خلال:

- التأثير على العرض
- تخفيض التكاليف
- التأثير على الطلب
- معرفة أهداف المنظمة

(15) من العوامل الداخلية المؤثرة في سياسة التسعيير لخدمات النقل:

- مستوى الخدمة
- التكنولوجيا
- دخل المستهلك
- أهداف الشركة

(16) من أهم عناصر المزيج التسويقي في تجسيم الخدمة :

- العنصر البشري
- الدليل المادي
- التسعيير
- الترويج

(17) يستخدم الدليل المادي لـ:

- تحسين صورة العلامة
- للترويج
- تمييز الخدمة
- تقليل المخاطر في ذهن الزبون

(18) يشمل السعر في خدمات النقل:

- التكلفة النقدية
- القيمة المضافة
- نقل الأشخاص والبضائع
- التكلفة الحسية

(19) يمكن قياس أثر العنصر البشري على الجودة من خلال:

- مستوى الشكاوى ومعالجتها
- مقاومة التغيير
- معدل دوران الموظفين
- الإجهاد الوظيفي

(20) تتمثل أهمية الأدلة المادية في النقل أساساً في:

- المظهر والزي الموحد
- التمييز عن المنافسين
- تصميم المرافق
- بناء الثقة

(21) الغرض من الترويج في خدمات النقل هو:

- التعريف بالمنتجات
- التفوق على المنافسين
- زيادة الحصة السوقية
- إقناع الزبائن

(22) يختلف الترويج في الخدمات عن المنتجات المادية بسبب:

- الدور الكبير لتجربة العميل
- لا وجود للتوزيع في الخدمات
- خاصية عدم التجانس
- عدم إمكانية التخزين

(23) من أهم خطوات تصميم حملة IMC في النقل توحيد الهوية البصرية والرسالة، والتي يقصد بها:

- نفس الألوان
- نفس الشعار

- نفس قنوات الاتصال
- نفس الأسلوب اللغوي

(24) تتشكل توقعات العملاء نتيجة تفاعل كل من:

- الكلمة المنطقية
- احتياجات الزبائن
- التجربة السابقة للزبائن
- التفاعل في خطوط الانتظار

(25) الغرض من مؤشرات الأداء الرئيسية هو:

- التحسين
- اتخاذ القرارات
- الحصول على بيانات دقيقة
- التحكم

(26) من أهم نماذج قياس الجودة في خدمات النقل للبضائع:

- SERVQUAL
- SERVPERF
- KPIs
- LSQ

(27) تضم الأبعاد الخمسة ل:SERVQUAL :

- تكرار الخدمة
- زمن الانتظار
- الاستجابة
- الموثوقية

(28) في النقل يشمل سلوك المستهلك مجموعة الأنشطة والقرارات التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة عند:

- شعور العملاء تجاه العلامة
- المفضلة بين الشركات
- اختيار وسيلة النقل
- تقييم التجربة كلياً بعد الاستخدام

(29) من مميزات خاصية الفورية:

- مشاهدة النتائج لا يتم سلفاً
- التزامن بين إنتاج الخدمة واستهلاكها
- عدم وجود إمكانية للتخزين
- لا يمكن تجريبها

(30) ما المقصود بمصطلح Brand Awareness ؟

- العلامة الخطرة
- العلة المرضية
- معدل التفاعل مع الرسالة
- الوعي بالعلامة

(31) العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك لخدمات النقل هي:

- التنظيمية
- الاجتماعية والثقافية
- التجربة السابقة
- الجودة

(32) تعد الأدلة المادية وسيلة حاسمة للتمييز وبناء الثقة في قطاع النقل، وذلك بسبب:

- اللاملوسية
- عدم التجانس
- تشابه الخدمات الرئيسية
- المنافسة الشديدة

(33) من خصائص الشبكات بمندوبيين:

- نسبة التحكم منخفضة
- نسبة التحكم مرتفعة
- علامات متعددة
- حصرية العلامة

(34) من أبعاد TQM في قطاع النقل هي:

- التحسين المستمر
- الملموسيّة
- إشراك العملين
- التعاطف

(35) العوامل الحاسمة لسلوك المستهلك في نقل الركاب:

- الكفاءة
- تقليل المخاطر
- الأمان
- الراحة

(36) من أهم التحديات المرتبطة بالأدلة المادية:

- إدارة الأزمات والسمعة
- تغيير توقعات العملاء بسرعة
- رفض التغيير
- التحديث المستمر للتكنولوجيا

(37) يقصد بإدارة التناقض عبر الشبكات الواسعة للأدلة المادية:

- المحافظة على نفس مستوى الجودة في كل الفروع
- اتصال في جميع الاتجاهات
- مراعاة الثقافات واللغات
- توحيد الألوان

(38) تظم العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة في سلوك المستهلك كلا من:

- العادات
- الولاء للعلامة التجارية
- الإدراك
- الثقافة

(39) في قطاع النقل، تُستخدم KPIs لمتابعة :

- جودة الخدمة
- الشحنات في الوقت الحاضر
- رضا العملاء
- الاستدامة البيئية

(40) تلجأ شركات خدمات النقل إلى تمكين موظفيها وذلك للتمكن من:

- أداء عالي في تقديم الخدمة
- معالجة المشاكل في الوقت
- اتخاذ القرار بسرعة
- تحمل المسؤولية