

جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية
قسم العلوم التجارية

المدة: ساعة ونصف

سنة أولى ماستر

تخصص تسويق فندقي وسياحي، تسويق خدمات، مالية وتجارة دولية

الإمتحان الإستدراكي للسداسي الثاني في مقياس منهجية إعداد مذكرة ناشئة

السؤال الأول: أكمل العبارات التالية بما يتوافق معها: (5)

- خريطة الملاحظة أو التعاطف Empathy Map

- من النماذج الجزائرية الناجحة في المؤسسات الناشئة نجد 3 هي

السؤال الثاني: (6)

يعد نموذج الماسة المزدوجة من أهم النماذج المعتمدة في التصميم التفكيري، عرف هذا النموذج مع توضيح المخطط الخاص به بكل تفاصيله.

السؤال الثالث: (3)

في مجال التسويق، يتم التمييز بين مفهومي السوق الكلي والفئة المستهدفة بناء على معايير محددة. يُرجى توضيح هذا التمييز بالتفصيل، مشيراً إلى الخصائص الرئيسية لكل منهما

السؤال الرابع: (6)

تحديد الفئة المستهدفة هو عملية حيوية في التخطيط التسويقي التي تساعد الشركات على توجيه جهودها التسويقية بشكل فعال.

صف الخطوات الأولية الضرورية لتحديد الفئة المستهدفة؟

حدد الاستراتيجيات المختلفة لتحديد الفئة المستهدفة؟

بالتوفيق للجميع

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية
قسم العلوم التجارية

المدة: ساعة ونصف

سنة أولى ماستر

تخصص تسويق فندقي وسياحي، تسويق خدمات، مالية وتجارة دولية

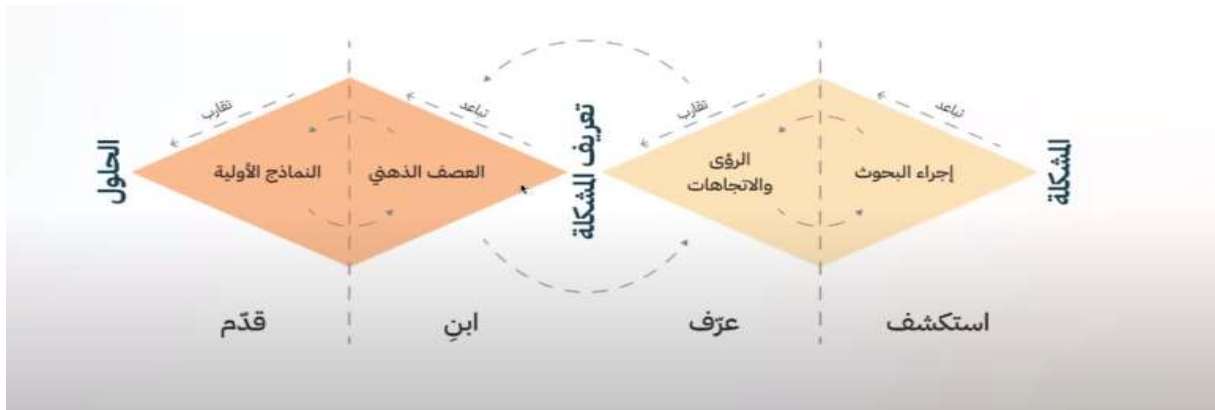
الإمتحان الإستدراكي للسداسي الثاني في مقياس منهجية إعداد مذكرة ناشئة

السؤال الأول: (5)

- خريطة الملاحظة أو التعاطف **Empathy Map** مناسبة لتدوين وتصنيف المعلومات في حالة المقابلات مع المستخدمين وهي الخطوة الأولى في التفكير التصميمي، تساعد هذه الأداة على فهم أعمق للمستخدمين المستهدفين لتكون نتائج إجرائية التصميم (الحلول) تناسب حاجتهم وآمالهم بأفضل ما يمكن
- من النماذج الجزائرية الناجحة في المؤسسات الناشئة نجد 3 هي botolis, zawweli, yassir

- السؤال الثاني: (6)

نموذج الماسة المزدوجة: يدعم التفكير النقدي والإبداعي ويشجع على التكرار في عملية التصميم. يساعد نموذج الماسة المزدوجة على فهم أنه يجب أن تكون هناك مرحلة للتوسع واستكشاف العديد من الاحتمالات والأفكار قبل التقارب نحو حل محدد. هذا يسمح للفرق بالتوصل إلى حلول مبتكرة ومركزة على الإنسان، مع الحفاظ على مرونة العملية وقدرتها على التكيف مع المعلومات الجديدة التي قد تظهر خلال عملية التصميم.



السؤال الثالث: (3)

السوق الكلي	الفئة المستهدفة	
يمثل النطاق الأوسع لكل من يمكن أن يستفيد من المنتج أو الخدمة	تركز بشكل أضيق على الجزء الأكثر احتمالاً للشراء	النطاق
تكون أكثر عمومية وشاملة	تكون مخصصة ومركزة لتلبية احتياجات وتوقعات شريحة معينة	الاستراتيجية
الشركة تنظر إلى الصورة الكبيرة دون تمييز كبير بين أنواع مختلفة من العملاء	تتبع الشركة توجهاً أكثر تحديداً وتركيزاً، مع العمل على فهم وتلبية احتياجات هذه الفئة بشكل معمق	التوجه

السؤال الرابع: 6

1- الخطوات الأولية لتحديد الفئة المستهدفة: 3

- تحليل السوق:

- تحليل المنافسين

- استخدام تحليل SWOT

2- استراتيجيات تحديد الفئة المستهدفة 3

- جمع البيانات وتحليلها: البيانات الديموغرافية، البيانات السيكوغرافية

إنشاء شخصيات الزبون

Buyer Personas