

الإجابة النموذجية للامتحان الاستدراكي

الإجابة على السؤال الأول (3ن): ثلاث متطلبات عملية تنظيم نظام المعلومات التسويقية

1. إن اعتبار وظيفة المعلومات جزء حيوي من عملية الإدارة في التسويق يحتاج إلى إقرار رسمي يتجسد في الهيكل التنظيمي. (1)
2. موقع المسؤولية في التنظيم (واسع النطاق، مقتصر على وظيفة التسويق). (1)
3. الحاجة إلى توفير إطار عمل تنظيمي للتعامل مع مشكلة التكامل. (1)
4. الحاجة لتوليف هيكل ووظيفة المعلومات التسويقية مع التطور الاستراتيجي للمؤسسة.
5. الحاجة إلى دمج وتوحيد أخصائي المعلومات مع صناعات (متخذي) القرار.

الإجابة على السؤال الثاني (8ن): أذكر مع الشرح المختصر معايير قياس نجاح نظام المعلومات التسويقية

الشرح	معايير قياس النجاح
1. الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقية من المعلومات في اتخاذ القرارات. (1)	1. ارتفاع مستوى استخدام النظام. (1)
2. الرضى والارتياح الذي يظهره متخذ القرارات تجاه المعلومات الوافدة له. (1)	2. درجة رضى المستخدم. (1)
3. مدى مساهمة معلومات نظام المعلومات التسويقية في تحقيق الأهداف من حيث الفعالية والتكلفة. (1)	3. المساهمة في تحقيق الأهداف. (1)
4. زيادة إيرادات المؤسسة من خلال القرارات المتخذة. (1)	4. تحقيق المنافع المالية. (1)

الإجابة على السؤال الثالث (3.5ن): أذكر مع الشرح المختصر أنواع قرارات استراتيجية التوسع في تشكيلة المنتجات مدعماً إجابتك بمثال.

1. إضافة منتجات أو خطوط منتجات لها علاقة وارتباط بالمنتجات الحالية. (1)
مثال: مؤسسة بن عمر أضافت خط إنتاج جديد بجانب العجائن والمصبرات مخصص للتوابل. (0.75)

2. إضافة منتجات غير مرتبطة مع المنتجات الحالية و عادة ما تهدف المؤسسة من هذه الحالة إلى النمو وزيادة المبيعات والربح بغض النظر عن وجود ارتباط بين المنتجات الجديدة والقديمة. (1)

مثال: مؤسسة سيفيتال أضافت خط انتاج النوافذ والستائر وأيضا منتجات قائمة على الألمنيوم موجهة للبناء. (0.75)

السؤال الرابع (5.5ن): اشرح العلاقة بين مكونات نظام المعلومات التسويقية والقدرات الابتكارية للمؤسسة.

أن الإبداع التكنولوجي يتطلب توفر المعلومات التسويقية حول التكنولوجيا المستخدمة من طرف المنافسين والمعلومات المتعلقة بالزبائن والموردين لتحديد الفرص والتهديدات وفرص تنمية المؤسسة (1) وذلك من خلال وجود نظام للمعلومات التسويقية يقوم بجمع وتحليل المعلومات المستهدفة وتجهيزها ونشرها واستخدامها في مجال الإبداع التكنولوجي (1). هناك العديد من أنواع الأبداع التكنولوجي ولكن الأنواع الأكثر استخداما هي إبداع المنتج و إبداع العملية الإنتاجية. (1)

يمكن أن يساهم نظام المعلومات التسويقية بدرجة كبيرة في الإبداع التكنولوجي من خلال:

- إجراء المسح البيئي لفهم الفرص والتهديدات ومن ثم توجيه عملية الإبداع التكنولوجي؛ (0.5)

- العمل على تحديث وبناء تصور لإبداع المنتجات والخدمات والعمليات من خلال ربط استراتيجية العمليات بالإبداع التكنولوجي؛ (0.5)

- تشجيع عملية التفكير الخالق إذ تساعد في تعزيز عملية العصف الذهني وتحسينها من خلال إتاحة المشاركة بالمعلومات وسهولة تبادلها؛ (0.5)

- العمل على تأمين الأفكار لتطوير منتجات وعمليات جديدة. (0.5)

- تشجيع العاملين وتمكينهم لطرح أفكار جديدة. (0.5)