

جامعة 8ماي 1945
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية
الإجابة النموذجية للاختبار الاستدراكي في مقياس أساسيات التسويق 1

مدة الامتحان ساعة و نصف

المستوى: السنة الثانية

الفوج:

الإسم و اللقب:

الرقم السري (خاص بالإدارة)

رقم التسجيل:

الرقم السري (خاص بالإدارة)

العلامة /20

أولا: أجب عن الأسئلة الآتية (10 ن)

(1) ما هي مرحلة تطور الفكر التسويقي التي تجسدها الفكرة الآتية؟

- " تحقيق أرباح المؤسسة و تلبية حاجات و رغبات الزبون لا يعني إهمال رفاهية المجتمع ← تجسد مرحلة: **التسويق الأخلاقي (الاجتماعي) 1**

(2) ما الغرض من إنشاء نظام معلومات تسويقية في المؤسسة؟

تهدف المؤسسة من خلال اعتماد نظام معلومات تسويقية إلى تحقيق الأهداف الآتية: **2.5**

- توفير المعلومات الضرورية لإدارة التسويق و باقي الإدارات في المؤسسة؛
- تجديد المعلومات التسويقية بشكل مستمر؛
- تعزيز كفاءة و قدرة الإدارة التسويقية على تحديد الفرص التسويقية و اغتنامها؛
- تعزيز كفاءة و قدرة الإدارة التسويقية على الاستجابة السريعة للتغيرات البيئية؛
- المساعدة على رسم الاستراتيجية التسويقية للمؤسسة.

(3) قدم أمثلة من الأسواق الجزائرية عن:

سوق مغلق مثل **سوق المحروقات 0,5** أذكر سببا يجعل من هذا السوق مغلقا: **البيئة القانونية 1**

(4) أذكر معيارين (2) يمكن الإعتماد عليهما في تجزئة الأسواق الآتية: **2ن**

المعايير (اثنان من المعايير الآتية)	السوق
- موقع العميل الصناعي. - نوع الصناعة. - حجم العميل الصناعي. - الاستخدام النهائي للسلعة.	سوق الآلات و المعدات الصناعية
السن، الجنس، الدخل، المنطقة الجغرافية، المهنة، نمط الحياة.... الخ	سوق الملابس

(5) كم مزيج تسويقي تقوم المؤسسة بإعداده في الحالات الآتية: **3ن**

الحالة	تقوم المؤسسة بإعداد
مؤسسة تعتمد في استهداف السوق على استراتيجية عدم التمايز	مزيج تسويقي واحد
مؤسسة تعتمد في استهداف السوق على استراتيجية التمييز	يختلف حسب عدد القطاعات السوقية المستهدفة
مؤسسة تعتمد في استهداف السوق على استراتيجية التركز	مزيج تسويقي واحد

ثانيا: (10 ن)

- سلط الضوء على عناصر بيئة الأعمال مبرزاً أثر كل منها على نشاط المؤسسة الاقتصادية.

تشير بيئة الأعمال أو بيئة المهمة و التي تمثل البيئة الخارجية الخاصة إلى العوامل الخارجية التي تؤثر بشكل مباشر على أداء المؤسسة بصفة عامة، وعلى الأداء التسويقي بصفة خاصة **1ن** حيث تتمثل تلك العوامل في : الزبائن، الموردون، الموزعون، المنافسون، الممولون. **1.5** وفي مايلي سنتعرض لأثر كل عامل من تلك العوامل على نشاط المؤسسة الاقتصادية:

• **الزبائن:** هم عنصر نجاح وإستمرار المؤسسة وعليها دراسة سلوكياتهم ومعرفة كيف يتخذون قراراتهم الشرائية. بعد ذلك يتم تطوير منتجات تلبي حاجاتهم للوصول إلى رضاهم الذي يساهم في تكرار القرار الشرائي. **1.5**

• **الموردون:** الموردون هم أفراد أو منظمات رسمية تقوم بإمداد الشركة بإحتياجات ومستلزمات ضرورية لنشاطها التسويقي(كالمواد الأولية و السلع نصف مصنعة و الآلات و المعدات و مختلف الخدمات الاستشارية ...). يتأثر نشاط المؤسسة بصفة مباشرة بنشاط الموردين و عددهم ومدى التزامهم بتوفير مشتريات المؤسسة في التوقيت المناسب و بالكمية و الجودة المناسبة و في التوقيت المناسب و الالتزام بدفاتر الشروط. **1.5.**

• **الموزعون:** الموزعون هم أفراد أو مؤسسات رسمية تقوم بإيصال منتجات مؤسسة ما إلى زبائنها في الوقت المناسب و بالكمية المناسبة في التوقيت المناسب. حيث يتأثر نشاط المؤسسة بشكل مباشر بنشاط الموزعين و عددهم و مدى احترافيتهم و طبيعة الخدمات التي قدمونها للمؤسسة. **1.5.**

• **المنافسون:** هم المؤسسات التي تنشط في نفس السوق و تنتج نفس المنتجات التي تنتجها مؤسسة ما، و من المهم تحديدهم و معرفتهم ، و من المهم أيضا أن تدرك المؤسسة أنهم يقومون بأعمال و خطط إستراتيجية للاستحواذ على حصة أكبر من الزبائن بما فيهم زبائن المؤسسة نفسها. **1.5.**

• **الممولون:** يتمثل الممولون في الجهات التي يمكن أن تمد المؤسسة بالتمويل الضروري لاتمام مهامها كالبنوك و أصحاب رؤوس الأموال . **1.5**