

أولاً: أجب عن الأسئلة الآتية: (10ن)

(1) قدم مثال تبين من خلاله مستويات (أبعاد) المنتج.

على اعتبار أن لدينا منتج (قطعة أشاش منزلي) فإن مستويات هذا المنتج تتمثل فيمايلي: 4

- المستوى الأول (المنتج الجوهري) يمثل جوهر المنفعة التي يحصل عليها المستهلك و هي الراحة.
- المستوى الثاني (المنتج الفعلي) يمثل الشكل، التصميم، مستوى الجودة، العلامة و التغليف
- المستوى الثالث (المنتج المعزز) يتمثل في الإضافات كخدمات ما بعد البيع (توصيل تركيب صيانة) و الضمان لفترات معينة.

(2) أذكر 3 عوامل تؤثر على اختيار المادة المستخدمة في التعبئة و التغليف. 0,75

مزايا المادة المستخدمة في التعبئة و التغليف ، طبيعة المنتج ، تفضيلات المستهلكين.

(3) من بين خصائص الخدمات التلازمية (الترابط) و التباین ، أذكر المشاكل التسويقية الناجمة عنها. 1,5

خاصية الخدمة	المشاكل التسويقية الناجمة عنها
التلازمية	<ul style="list-style-type: none">عدم إمكانية تقديم الخدمة في حال تعذر وجود مقدم الخدمة أو المستفيد منهاصعوبة تنميط انتاجها إذا كان الزبون غير متعاون أو صعب التعامل معه
التباين	<ul style="list-style-type: none">صعوبة التنميط تؤدي إلى عدم الثبات في درجة الجودة.

(4) ما هي السياسة السعرية المثلى في الحالات الآتية: 0,75

الحالة	السياسة السعرية المثلى
منتج لا يملك أي ميزة تنافسية	سياسة سعر السوق
الطلب على المنتج يتميز بمرونة عالية	سياسة اختراق السوق (التغلغل)
منتج يقدم قيمة مميزة للزبون	سياسة قشد السوق

(5) بين مستعينا بمثال علاقة التسعير بالترويج. 1.5

تعتمد المؤسسات في حالات معينة أسعار في إطار سياسة الترويج و التي يطلق عليها الأسعار الترويجية و ذلك من أجل خلق الطلب أو زيادة المبيعات في حالة ركود أو تراجع الطلب على سلع معينة و يكون ذلك في فترات محدودة.

6) ما هي استراتيجية التوزيع المثلى في الحالات الآتية: 1.5

الحالة	استراتيجية التوزيع المثلى
مؤسسة تقدم منتجات ذات جودة عالية في سوق مركز جغرافيا.	استراتيجية التوزيع الحصري.
مؤسسة تقدم منتجات تريد تمييزها من خلال خدمات ما بعد البيع	استراتيجية التوزيع الانتقائي.
مؤسسة تقدم منتجات تعتبر من الضروريات و درجة ولاء الزبائن نحوها منخفضة	استراتيجية التوزيع المكثف

7) تعتبر خاصية التكامل من بين أهم خصائص المزيج الترويجي. بين ذلك مستعينا بمثال. 2

مثل التكامل بين تنشيط المبيعات و الإعلان فلا يمكن مثلا أن تقدم المؤسسة عرض بتخفيض نسبة معينة من السعر دون الاعلان عن ذلك العرض.

8) ما هو النشاط الترويجي الأمثل لمنتج (شامبو) بلغ مرحلة التراجع من دورة حياته؟ علل الاجابة 1,25

النشاط الترويجي الأمثل لشامبو بلغ مرحلة التراجع هو تنشيط المبيعات (تخفيضات ترويجية/ تخفيضات على الكميات المشتراة/ العبوات المجانية)، لأن هذا النشاط يساعدها على ترويج المبيعات و التخلص من مخزون الشامبو و في نفس الوقت يعتبر النشاط الترويجي الأقل تكلفة و الأكثر فعالية.

9) حدد نوع الإعلان الأكثر فعالية في كل مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج 1,5

المرحلة التي بلغها المنتج من دورة حياته	نوع الاعلان الأكثر فعالية
مرحلة (1) التقديم	إعلان تعريفي
مرحلة (2) النمو	إعلان تعريفي/ أقماعي(تنافسي)
مرحلة (3) النضج	إعلان تنافسي/ تذكيري

10) بين كيف يدعم التغليف النشاط الترويجي. 1,5

يدعم التغليف النشاط الترويجي من خلال شكله و ألوانه الجذابة التي تجعل المستهلك يتعرف على المنتج، و كذا من خلال التبيين حيث يقدم التغليف للمستهلك مختلف البيانات التي يحتاجها لاتخاذ قرار الشراء و يلعب بذلك دور البائع لذلك يطلق عليه تسمية (البائع الصامت)

11) انطلاقا من دراستك للمزيج التسويقي، بين أهم عنصر من عناصره (مع ذكرها). 3.75

يتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر أساسية (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج) في حالة ما إذا كان المنتج سلعة، أما إذا كان عبارة عن خدمة فيضاف إليه ثلاثة عناصر أخرى (الأفراد، العمليات، البيئة المادية). و من خصائص المزيج التسويقي أن كل عناصره متوازنة فيما بينها من حيث الأهمية، و لا يمكن اعتبار عنصر أهم من عنصر آخر لأنها متكاملة فيما بينها.