

أولا : أجب عن الأسئلة التالية: 11ن

1) ما المقصود بقصر النظر التسويقي؟

هو مفهوم كان سائد في فترة من فترات تطور الفكر التسويقي (1760 - 1920) حيث كان يعتقد أن الزبون يعطي الأفضلية للسلعة التي تتمتع بجودة عالية، وأن السلع ذات الجودة العالية تبيع نفسها بنفسها في السوق. لذلك كان على المؤسسات وفقاً لهذا المفهوم أن تبذل كل جهدها لتحسين جودة منتجاتها، وبسبب تركيز المؤسسات على السلعة فإنها تهمل جانب أهم وهو حاجات ورغبات الزبائن.

1,5

2) من يتخذ قرار الشراء في المؤسسات الاقتصادية؟

عادة ما يتخذ قرار الشراء في المؤسسات الاقتصادية مجموعة من الموظفين ، أو ما يطلق عليه اسم: "مركز الشراء أو لجنة الشراء" 0,25 ، حيث يجتمع هذا الأخير بشكل رسمي أو غير رسمي للمشاركة في اتخاذ قرار الشراء 0,25 من خلال القيام بالأدوار الآتية: المبادرين - المستخدمين - المؤثرين - المشترين - متخدلى القرار - الحراس (أو المصافي). 1,5

3) حق المنتج الجزائري "شوكولاتة مرجان" رواجاً كبيراً في السوق المحلي و حتى خارجه رغم التحديات التي واجهتها الشركة المصنعة.

- حسب رأيك، ما هي استراتيجية الاستهداف التي اعتمدتها شركة المرجان؟ (علل اجابتك)

استراتيجية الاستهداف التي اعتمدتها شركة المرجان هي استراتيجية التمايز (أو التمييز)، 1 حيث جزئ السوق المحلي وفقاً للمعيار السلوكي 1 و توجهت بذلك إلى نوعين من المستهلكين (و هما المستهلكين النهائيين و المستهلكين الصناعيين) 1 ، كما اعتمدت المعيار الجغرافي 1 عندما توجهت للأسوق الخارجية (مثل السوق الأوروبية في البداية ثم السوق الخليجية فيما بعد) و بهذا أصبح لدى الشركة عدة قطاعات سوقية 1 داخل وخارج الوطن مما يفرض عليها إعداد أكثر من مزيج تسويقي (حسب عدد القطاعات السوقية المستهدفة) و يتم التوجّه لكل قطاع بالمزيج التسويقي الذي يتوافق مع حاجاته وتوقعاته. 1

- ما هي خصائص البيئة التسويقية التي تنشط فيها شركة المرجان؟

يشكل عام البيئة التسويقية لأي شركة بما فيها شركة المرجان تتميز بالخصائص الآتية:

- تتكون من عدة قوى ومتغيرات يصعب التحكم فيها والتنبؤ بها؛ 0,5

- تنطوي على درجة عالية من عدم التأكيد، مما يجعلها ديناميكية وغير مستقرة؛ 0,5

- شديدة التعقيد نظراً للتفاعل بين مختلف القوى التي تشتمل عليها. 0,5

ثانياً: بين مدى صحة العبارات الآتية مع تعليل الإجابة

- تُعتبر وظيفة التسويق وظيفة مستقلة و لا علاقه لها بوظيفة الموارد البشرية

خطأ، وظيفة التسويق فعلاً وظيفة مستقلة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة و لكن هناك تكامل بينها و بين وظيفة الموارد البشرية، خاصة فيما يتعلق باختيار الأفراد العاملين و المسؤولين عن وظيفة التسويق و رجال البيع و تدريبهم و إعداد طرق مكافآتهم و النظم و الحوافز الخاصة بهم، و ترقياتهم و الإشراف عليهم، و الطرق المناسبة لتوصيل البيانات الخاصة بالغيباب و معدلات دوران العمل و استخلاص النتائج منها بصفة مستمرة.

- تُمكن دراسة البيئة الخارجية المؤسسات من تحديد نقاط القوة و الضعف و كذا الفرض و التهديدات التي يمكن أن تواجهها

خطأ: تحديد نقاط قوة و ضعف المؤسسات يكون بتحليل البيئة الداخلية، و تحديد الفرص و التهديدات يكون بتحليل البيئة الخارجية.

- نظام المعلومات التسويقي هو النظام المعلوماتي الرئيسي للمنظمة ، الذي يوفر لقسم التسويق المعلومات الضرورية.

خطأ، نظام المعلومات التسويقي يعتبر نظام معلومات فرعى، يوفر المعلومات الضرورية لإدارة التسويق و باقي الأدارات في المؤسسة.

- تقتصر بحوث التسويق على بحوث السوق.

خطأ، تشمل بحوث التسويق عدة مجالات، نذكر منها: بحوث السوق، بحوث المنتج، بحوث التوزيع، بحوث الترويج، بحوث المبيعات، بحوث المنافسين ، بحوث المستهلكين.

- يتم تحليل سلوك المستهلك النهائي من خلال دراسة حاجاته و دوافعه الشرائية.

خطأ، يتم تحليل سلوك المستهلك النهائي من خلال دراسة مختلف العوامل المؤثرة في سلوكه (العوامل النفسية و الجماعية و демографية و التسويقية)

- في المرحلة الثانية من مراحل اتخاذ قرار الشراء الاستهلاكي، يعتمد المستهلك على المصادر الداخلية للمعلومات المتاحة حول البديل المتاحة من المنتجات في سوق ما.

خطأ، يقوم المستهلك خلال المرحلة الثانية من مراحل اتخاذ قرار الشراء الاستهلاكي بجمع معلومات حول البديل المتاحة في السوق، ويمكن الحصول عليها من مصادر داخلية (تجاربه السابقة أو المعلومات التي يمتلكها مسبقاً) أو من مصادر خارجية: كالتلفاز، و الانترنت، و سؤال الآخرين... الخ.