

### الامتحان النهائي للسداسي الأول 2024/2023

السؤال الأول (8ن): يتكون نظام المعلومات التسويقية من الأنظمة الفرعية التالية:

نظام الاستخبارات التسويقية، نظام بحوث التسويق، نظام السجلات الداخلية.

1. عرف هذه الأنظمة.

2. قارن بين الأنظمة الثلاثة من حيث طبيعة الاستخدام.

3. اشرح آلية التكامل بين هذه الأنظمة الثلاثة.

4. ما نوع التكامل الموجود بين الأنظمة الثلاثة؟

5. اشرح كيف يؤثر التكامل على قيمة المعلومة؟

السؤال الثاني (7ن): املأ الفراغات في الجدول بما يناسبه

التقليص (الحذف)، الوضع الاقتصادي العام، بيانات عن التطورات التكنولوجية في الصناعة، قوائم أسعار المنتجات الجديدة، الوسيلة المناسبة لنقل الرسالة الاتصالية، مستوى كفاءة جهاز البيع الخاص بكل وسيط، قرارات متعلقة بالعلاقات العامة،

المعلومات	البيانات	القرارات	السياسات التسويقية
	؟	؟	سياسة المنتج
؟	؟		سياسة التسعير
؟		؟	سياسة الترويج
	؟		سياسة التوزيع

السؤال الثالث (3ن): حدد نوع النظام الفرعي (الجزئي) المستخدم حسب كل حالة

الحالة 1: حققت إحدى المؤسسات التي تعمل في مجال تجارة السيارات المستوردة أرباحاً مضاعفة نتيجة الاستفادة من معلومات جمعها رجال البيع مفادها أن الرسوم الجمركية ستعرف ارتفاعاً محسوساً في الفترات الزمنية القادمة.

الحالة 2: استخدمت مؤسسة معلومات سابقة عن سلوك أحد أهم منافسيها لتستنتج أن هذا الأخير يستعد لطرح منتج جديد.

الحالة 3: تفاجأت إحدى المؤسسات بانسحاب (تخلي) عدد كبير من الزبائن وتوجههم للمؤسسات المنافسة، وقد أفادت الدراسات الميدانية أن السبب هو عدم اهتمام المؤسسة بشكاوي العملاء والرد على اعتراضاتهم.

السؤال الرابع (2ن): اجب على السؤالين التاليين:

1. كيف يعبر متخذ القرارات في المؤسسة مساندتهم ودعمهم لنظام المعلومات.

2. كيف تؤثر البيئة الداخلية والخارجية على كفاءة وفعالية نظام المعلومات التسويقية.

الإجابة النموذجية للامتحان النهائي لسداسي الأول 2023/2024

التخصص: تسويق

المستوى: السنة الثالثة

المقياس: نظام المعلومات التسويقية

السؤال الأول (8ن):

1. تعريف الأنظمة الفرعية:

• نظام الاستخبارات التسويقية: المعلومات السرية والشاملة واليومية التي تقوم إدارة التسويق بجمعها عن زبائن المنظمة والمنافسين والمنتجات والأسواق لتعزيز ودعم خططها وبرامجها التسويقية ولتقليل الوقت اللازم للمدراء لمواجهة تحركات المنافسين والحد من أخطارهم وردود أفعالهم. (0.5)

• نظام بحوث التسويق: كل عملية إعداد وجمع وتحليل واستغلال البيانات المتعلقة بوضعية تسويقية معينة. (0.5)

• نظام السجلات الداخلية: توفر السجلات والتقارير الداخلية للمؤسسة العديد من المعلومات التي يلجأ إليها المشرفون على التسويق لتحسين أداء التسويق نذكر منها التقارير المالية والمحاسبية التي تحتوي حجم المبيعات "سنوية/شهرية/أسبوعية" وكذا التكاليف والتدفقات النقدية طلبات المقدمة من العملاء، الموزعين، حركة المخزونات. (0.5)

2. المقارنة بين الأنظمة الثلاثة من حيث طبيعة الاستخدام:

• نظام الاستخبارات التسويقية: تدفق مستمر للمعلومات يستخدم لاستشعار أي تغير في البيئة الخارجية. (1)

• نظام بحوث التسويق: جمع معلومات موقفية (خاصة بمشكلة تسويقية)، يستفاد منه في معرفة الأسباب، الخصائص. (1)

• نظام السجلات الداخلية: تستخدم المعلومات المخزنة على مستوى هذا النظام كرصيد معرفي للمؤسسات لحل بعض المشكلات المتكررة. (1)

3. شرح آلية التكامل بين هذه الأنظمة الثلاثة:

في حال تم استشعار أي تغير في البيئة من طرف نظام الاستخبارات التسويقية (0.5)، يتوجب البدء ببحث تسويقي لوقوف على كل التفاصيل (0.5)، كما يمكن لنظام السجلات الداخلية البحث عن حالات مماثلة للمزيد من التفاصيل.

4. نوع التكامل الموجود بين الأنظمة الثلاثة هو: تكامل افقي. (1)

5. شرح كيف يؤثر التكامل على قيمة المعلومة: التكامل بين أنظمة المعلومات يخفض تكلفة المعلومة (0.5) وهذا ما يرفع من قيمتها. (0.5)

السؤال الثاني (7ن): املأ الفراغات في الجدول بما يناسبه

المعلومات	البيانات	القرارات	السياسات التسويقية
	بيانات عن التطورات التكنولوجية في الصناعة (1)	التقليص (الحذف) (1)	سياسة المنتج
قوائم أسعار المنتجات الجديدة (1)	الوضع الاقتصادي العام (1)		سياسة التسعير
الوسيلة المناسبة لنقل الرسالة الاتصالية (1)؟		قرارات متعلقة بالعلاقات العامة (1)	سياسة الترويج
	مستوى كفاءة جهاز البيع الخاص بكل وسيط (1)		سياسة التوزيع

السؤال الثالث(3ن): حدد نوع النظام الفرعي(الجزئي) المستخدم حسب كل حالة

الحالة1: حققت إحدى المؤسسات التي تعمل في مجال تجارة السيارات المستوردة أرباحا مضاعفة نتيجة الاستفادة من معلومات جمعها رجال البيع مفادها أن الرسوم الجمركية ستعرف ارتفاعا محسوسا في الفترات الزمنية القادمة.(نظام الاستخبارات التسويقية) (1)

الحالة 2: استخدمت مؤسسة معلومات سابقة عن سلوك أحد أهم منافسيها لتستنتج أن هذا الأخير يستعد لطرح منتج جديد. (نظام السجلات الداخلية) (1)

الحالة3: تفاجأت إحدى المؤسسات بانسحاب (تخلي) عدد كبير من الزبائن وتوجههم للمؤسسات المنافسة، وقد أفادت الدراسات الميدانية أن السبب هو عدم اهتمام المؤسسة بشكاوي العملاء والرد على اعتراضاتهم. (نظام بحوث التسويق) (1)

السؤال الرابع(2ن): اجب على السؤالين التاليين:

3. كيفية تعبير متخذ القرارات في المؤسسة مسانده ودعمه لنظام المعلومات: يكون ذلك عن طريق

- الاهتمام بالمعلومات واعتبارها مفتاح النجاح والتفوق للمؤسسة. (0.25)
  - استحداث قسم أو مصلحة أو فرع لنظام المعلومات التسويقية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة. (0.25)
  - توظيف كفاءات بشرية متخصصة في جمع البيانات ومعالجتها وتحويلها إلى معلومات. (0.25)
  - تزويد نظام المعلومات التسويقية بأحدث الأجهزة والبرمجيات للرفع من فعاليته. (0.25)
4. كيفية تأثير البيئة الداخلية والخارجية على كفاءة وفعالية نظام المعلومات التسويقية:
- تؤثر البيئة الداخلية عن طريق تشجيعها لثقافة مؤسسية تدعم تشارك المعلومات بدل احتجازها. (0.5)
  - أما البيئة الخارجية فكلما كانت البيئة تنافسية وسريعة التغير كلما ساهم ذلك في الرفع من خبرة ومهارة العاملين في مجال المعلومات وهو ما سيؤدي بدوره إلى تحسين فعالية وكفاءة نظام المعلومات التسويقية. (0.5)