

جامعة 8ماي 1945
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية
الاجابة النموذجية للاختبار الاستدراكي في مقياس التسويق
دورة جوان 2022

سنة ثانية علوم تجارية
مدة الامتحان 1h
الرقم السري (خاص بالإدارة)

الإسم و اللقب :
الفوج
رقم التسجيل:

الرقم السري (خاص بالإدارة)

العلامة /20

أجب على الأسئلة التالية: 9 ن

(1) التسويق عبارة عن: 1.5 ن

- وظيفة من وظائف المؤسسة تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة.
- مجموعة من المهام التي تتم وفق سيرورة معينة تسعى من خلالها المؤسسة إلى تكوين قاعدة من الزبائن و الحفاظ عليها و تطويرها.
- علم و فن اختيار الأسواق، و جذب الزبائن و الاحتفاظ بهم من خلال تقديم عليا لهم.

(2) تتمثل مبادئ التوجه التسويقي في: 1.5 ن

- التوجه بالزبون
- التسويق المتكامل (المتناسق)
- المنافسة
- الربحية

(3) قدم مايكل بورتر مفهوم البيئة التنافسية، الذي يضم القوى التنافسية الخمس المتمثلة في:

المنافسة الحالية - تهديد دخول منافسين جدد - تهديد المنتجات البديلة - قوة الموردين - قوة المشترين 2,5 ن
حيث يساعد هذا المفهوم المؤسسات على فهم تأثير كل قوة من القوى الخمس على مؤسسة تنشط في قطاع ما. 1 ن

(4) القطاع السوقي عبارة عن: 0.5 ن

- الزبائن الحاليين أو المرتقبين الذين يشترون منتجات مؤسسة ما.
- الزبائن الحاليين أو المرتقبين الذين تجمعهم صفات مشتركة وخصائص متشابهة تؤثر على موقفهم اتجاه الأنشطة التسويقية المختلفة.
- الزبائن الذين ترغب المؤسسة في خدمتهم.

(5) تسويق منتج ما بمزيج تسويقي واحد للسوق ككل هو اعتماد لاستراتيجية: 0,5 ن

- التمايز
- عدم التمايز
- التركيز

(6) يتأثر المستهلك بالعوامل التالية: 1.5 ن

- المزيج التسويقي للمؤسسات
- العوامل الاجتماعية
- العوامل النفسية
- المنتج و السعر و الحاجات

(7) للمنتج ثلاث أبعاد أساسية، أذكرها مع الشرح و الاستعانة بمنتج " السيارة " كمثال. 6ن

✓ **البعد 1: المنفعة الأساسية للمنتج:** (أو ما يسمى بالبعد الوظيفي): 0.5ن ويتمثل في المنافع الأساسية التي ينشدها المستهلك من وراء شرائه للمنتج أو الوظيفة الأساسية للمنتج. 0.5ن بالنسبة للسيارة المنفعة الأساسية هي النقل . 1ن

✓ **البعد 2: الخصائص المادية للمنتج (المنتج الفعلي):** 0.5ن كل ما يتعلق بالخصائص الفيزيائية والكيميائية للمنتج. 0.5ن بالنسبة لمثال السيارة يتمثل هذا البعد في تصميم السيارة، درجة جودتها ، علامتها..... إلخ 1ن

✓ **البعد 3: الخدمات المصاحبة (المنتج المدعم أو العرض):** 0.5ن وهي مجموعة من الخدمات التي يتحصل عليها المشتري عند شرائه للمنتج 0.5ن . بالنسبة للسيارة تتمثل هذه الخدمات في: الضمان ، خدمات ما بعد البيع،الصيانة. 1ن

(8) لما سُمي غلاف المنتج بـ البائع الصامت؟ 2ن

يعتبر الغلاف نقطة الاتصال الأولى مع المستهلك ويقع عليه عبء إثارة انتباهه وجذبه، وذلك من خلال المعلومات التي يحملها و التي تكون موجهة للمستهلك، وبالتالي يعتبر كجزء من الترويج و يطلق عليه تسمية "البائع الصامت".

(9) تعتبر سياسة اختراق السوق من أهم السياسات السعرية، بين متى يمكن أن تعتمد المؤسسة هذه السياسة بعد أن تشرح مضمونها. 3ن

ترتكز سياسة **الاكتساح (اختراق السوق)** على قيام المؤسسة بتحديد سعر منخفض للمنتج الجديد بهدف تحقيق أكبر قدر من المبيعات، مع إمكانية رفع السعر على فترات زمنية معينة. 1.5ن
يمكن أن تعتمد المؤسسة هذه السياسة إذا توفرت الشروط الآتية:

- يجب أن يتميز الطلب على السلعة بمرونة عالية. 0,5ن
- يجب أن يشكل السعر المنخفض حاجزا أمام دخول المنافسين إلى السوق، نظرا لانخفاض السعر فقد يدفع ذلك المنافسين إلى الابتعاد عن إنتاج هذه السلعة لاعتقادهم بانخفاض عوائدها. 0,5ن
- يسمح السعر المنخفض باستغلال شبه كامل للطاقات الإنتاجية والتسويقية المتاحة، مما يؤدي إلى تحقيق اقتصاديات الحجم. 0,5ن