**جامعة محمد خيضر- بسكرة-**

**كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير التاريخ: 28/05/2018 قسم العلوم التجارية التوقيت: 08:30-10:00**

**السنة الثانية علوم تجارية**

**امتحان الدورة العادية في مقياس التسويق (اعادة امتحان)**

**السؤال الاول: قارن بين المفاهيم التالية (8نقاط)**

* التوجه البيعي والتوجه التسويقي
* السعر النفسي والسعر الرمزي
* استراتيجية الدفع واستراتيجية الجذب
* نظام المعلومات التسويقية ونظام بحوث التسويق

**السؤال الثاني: أكمل الجدول التالي (06 نقاط)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | السلع المسيرة | سلع التسوق | السلع الخاصة |
| خصائص السلعة | ........................... | ........................... | ........................... |
| خصائص السعر | ........................... | ........................... | ........................... |
| التوزيع المناسب | ........................... | ........................... | ........................... |
| الادوات الترويجة الملائمة | ........................... | ........................... | ........................... |

**السؤال الثالث: من خلال ما درسته في التسويق، أجب على الأسئلة التالية**. **(06 نقاط)**

1. ماذا يقدم كل من تحليل SWOT و تحليل PEST للمسوّق؟
2. ماذا تقدم مرحلة "أحاسيس ما بعد الشراء" للمستهلك والمسوّق؟
3. ما هي أوقات الترويج التي يمكن للمسوّق استغلالها للترويج أو تغيير سلوك المستهلكين؟
4. ما هي الأسس التي يمكن اعتمادها لتجزئة السوق؟

**أستاذة المقياس**

**جامعة محمد خيضر- بسكرة-**

**كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير التاريخ: 23/06/2018 قسم العلوم التجارية التوقيت: 12:00-13:30**

**السنة الثانية علوم تجارية**

**امتحان الدورة الاستدراكية في مقياس التسويق**

**السؤال الاول: قارن بين المفاهيم التالية (8نقاط)**

* التوجه البيعي والتوجه التسويقي.
* السعر النفسي والسعر الرمزي.
* استراتيجية الدفع واستراتيجية الجذب.
* نظام المعلومات التسويقية ونظام بحوث التسويق.

**السؤال الثاني: أكمل الجدول التالي (06 نقاط)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | التوزيع الشامل | التوزيع الانتقائي | التوزيع الوحيد |
| خاصية التوزيع | ........................... | ........................... | ........................... |
| نوع السلعة | ........................... | ........................... | ........................... |
| ميزة السعر | ........................... | ........................... | ........................... |
| الادوات الترويجة الملائمة | ........................... | ........................... | ........................... |

**السؤال الثالث: من خلال ما درسته في التسويق، أجب على الأسئلة التالية**. **(06 نقاط)**

1. هل يمكن للمؤسسة التعامل مع كل أصناف الزبائن، مع الشرح؟
2. اذكر بعض القرارات التسويقية واشرح كيف يتم اتخاذ القرارات التسويقية في المؤسسة**؟**
3. اشرح باختصار كيف تقوم المؤسسة بتمييز منتوج عن باقي المنتجات المنافسة ؟

**أستاذة المقياس**

**الجواب الاول: المقارنة بين المفاهيم (8نقاط)**

**1/التوجه البيعي:** يقوم على أن المستهلكين لا يشترون منتجات المؤسسة إلا إذا تم تحفيزهم، و يتم توجيه أنشطة التسويق لخدمة عملية البيع لتحقيق اكبر كمية من المبيعات و هذا ما أدى إلى ظهور أهمية رجال البيع . حيث يتم التركيز على الإعلان والبيع الشخصي. و **التوجه التسويقي:** جاء بهذا المفهوم Philip Kotler حيث بين أن جوهر التسويق هو المستهلك والذي يعد نقطة الارتكاز في النشاط التسويقي، لهذا يجب أن تقوم المؤسسة بتحديد حاجيات و رغبات المستهلكين و إعداد السلع و الخدمات التي تشبع هذه الحاجيات و الرغبات، أي على المؤسسة إنتاج ما يمكن بيعه و يرغبه المستهلك و ليس بيع ما يمكن إنتاجه.

**2**/ **السعر النفسي** يكون بناءا على استجابة العواطف أكثر من العقل و تستخدم هذه السياسة خاصة في سوق التجزئة و في مجال السلع الصناعية و من أهم أشكالها : التسعير الكسري وسياسة الأسعار المعتادة . و **التسعير الرمزي** : تقوم هذه السياسة على فرض علاقة طردية بين سعر السلعة و جودة السلعة لتلك السلعة في أذهان المستهلكين ، حيث العديد من المستهلكين ليس لديهم الاستعداد لشراء سلع رخيصة الثمن على أساس أنها غير جيدة و غير فعالة . مثل : الدواء الرخيص الثمن .

3**/استراتيجية الدفع** تسمى كذلك استراتيجية الضغط، و يستخدم مزيح من الادوات الترويجية مثل الخصم، و تستخدم عندما تكون السلع مرتفعة السعر و عالية الجودة و خصائصها غير معروفة وقت الشراء و هامش الربح مرتفعا **.واستراتيجية الجذب** تنص على أن المنتج يعمل على إيجاد الطلب المباشر من المستهلك، أي أن هذه الاستراتيجية تقول للعميل"اذهب للوسيط و اطلب منه سلعتك". ترتطز على استخدام الاعلان المكثف ز حوافز اضافية مثل: الكوبونات، العينات المجانية، و تخفيضات الاسعار.

**4/ نظام المعلومات التسويقية** هو شبكة أو مجموعة معقدة من العلاقات المنظمة و المصممة من الأفراد و التجهيزات و الإجراءات من أجل خلق تدفقات المعلومات الدقيقة و الوجيهة من مصادر داخلية أو خارجية عن المؤسسة من أجل استعمالها من قبل صانعي القرارات التسويقية لتحسين و تخطيط و مراقبة النشاط التسويقي **ونظام بحوث التسويق** هو جزء من نظام المعلومات التسويقية و في هذا النظام يتم تخزين نتائج البحوث التسويقية التي تقوم بها المؤسسة. وتحضير, جمع, تحليل واستغلال البيانات و المعلومات الخاصة بوضعية تسويقية معينة.

**الجواب الثاني: اكمال الجدول (06 نقاط)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **توزيع شامل** | **توزيع انتقائي** | **توزيع وحيد،** |
| **خصائص التوزيع** | تغطية السوق بعدد اكبر من الموزعين،وهو توزيع غير مباشر | تكون السلع عند عدد محدود من تجار الجملة أو التجزئة ويتم اختيارها في سوق معينة.... توزيع مباشر أو غير مباشر. | يقوم المورد ببيع منتجاته لتجار الجملة أو تجزئة في سوق معينة ويمنعهم من التعامل مع منتجات المنافسين. |
| **نوع السلعة** | السلع الميسرة | سلع التسوق | السلع الخاصة |
| **خصائص السعر** | منخفض نسبيا | مرتفع نسبيا | مرتفع / غالي |
| **الادوات الترويجة الملائمة** | الاعلان و كذلك تنشيط المبيعات | البيع الشخصي خاصة يليها الاعلان وتنشيط المبيعات | الإعلان يعتبر اكثر أهمية بعدها البيع الشخصي وتنشيط المبيعات |

**جواب السؤال الثالث:** **(4نقاط)**

1. في هذا السؤال يجيب الطالب على أن المؤسسة لا يمكنها التعامل مع كل الزبائن، بل تقوم بتحليل المحيط الداخلي والخارجي وهكذا تتبين لها الفرص التسويقية. كما تلجأ لتجزئة السوق بعدما تتبين لها ما هي الانشطة التي تحقق لها أكبر ربح .....
2. في هذا السؤال يجيب الطالب على أنه من بعض القرارات التسويقية: قرارات متعلقة بالمنتوج، التسعير، الترويج، التوزيع، .... وطبعا للقيام بذلك ستقوم بتحليل SWOT و PESTEL ... اي دراسة السوق لتبيان الفرص التسوقية .....

3/ تقوم المؤسسة بتمييز منتجاتها من خلال وضع علامة ، الضمانات والصيانة، التغليف ... وخدمات ما بعد البيع ....