

السنة الجامعية: 2022 - 2023
المستوى: ثالثة ليسانس
التخصص: تسويق
المدة: ساعة ونصف



جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي -
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

يوم : 2023/05/17

الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس التسويق الاستراتيجي

النقاط	السؤال الاول	
0.25 0.5	خطأ - يقصد بالتكامل العمودي الخلفي قيام المؤسسة بالنشاط في قطاع مورديها. يقصد بالتكامل العمودي الأمامي فتح المؤسسة لمنتجات توزيع خاصة بها.	1
0.5	صحيح -	2
0.25 0.5	خطأ - يقصد بالتموقع: "مكانة المؤسسة وما تعرضه في السوق، بحيث تكون متميزة وبشكل واضح في أذهان المستهلكين مقارنة بالمنافسين"	3
0.25 0.5	خطأ - مستوى وحدات الأعمال تتضمن الاستراتيجية الفرعية لوحدة العمل الاستراتيجية.	4
0.25 0.5	خطأ - تتبنى المؤسسة احدى الاستراتيجيات الدفاعية عند امتلاكها لنقاط قوة ومواجهتها للتهديدات.	5
0.5	صحيح -	6
0.25 0.5	خطأ - يهتم التسويق الاستراتيجي بتحليل الحاجيات.	7
0.25 0.5	خطأ - يقصد بالتنوع التام تطوير أحد أو عدة نشاطات جديدة وتقديم لزيائن جدد.	8
0.25 0.5	خطأ - يقصد بالتجزئة الاستراتيجية: "تحديد للأنشطة المشتركة والتي لا بد أن توضع لها استراتيجية محددة". يقصد بتجزئة السوق: "تقسيم السوق إلى مجموعات فرعية من المستهلكين أو الزبائن وفقا لأحد أو أكثر من المعايير القادرة على شرح الاختلافات في السلوك"	9
0.25 0.5	خطأ - يهتم التسويق الاستراتيجي بتقسيم السوق في حين يهتم التسويق العملي باستهداف الأجزاء السوقية.	10
07	المجموع	

النقاط	السؤال الثاني	
02	<p>شروط فعالية الأهداف وقابليتها للتحقيق:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفهومة من طرف القائمين على تحقيقها. - مرنة. - قابلة للقياس. - قابلة للتحقيق. - الهدف محدد بتوقيت زمني. - منسجمة مع الغرض الأساسي المحدد في مهمة المؤسسة. 	1
02	<p>متطلبات التجزئة السوقية الفعالة:</p> <ul style="list-style-type: none"> - قابلية القطاع (الجزء) السوقى للقياس. - إمكانية الوصول للقطاع السوقى، بحيث لا توجد حواجز تمنع الوصول إليه. - حجم القطاع السوقى يجب أن يكون كبيراً ومربحاً ومبرراً للتكاليف المنفقة. - التمايز بين القطاعات السوقية. - إمكانية خدمة القطاع السوقى المراد استهدافه. - كما يجب أن يتميز القطاع السوقى بالاستقرار النسبى. 	2
02	<p>خصائص الميزة التنافسية الفعالة:</p> <ul style="list-style-type: none"> - توضح الميزة التنافسية التي تمتلكها المؤسسة أو وحدة العمل الاستراتيجية الاختلاف بينها وبين المنافسين، بحيث إنَّ هذا الاختلاف يكون مدرجاً من طرف المستهلكين المستهدفين، أي أنّ التميّز يكون من وجهة نظر الزبون. - من الأفضل أن تكون الميزة التنافسية صعبة التقليد وتستمر لفترة زمنية كافية، ولأجل ذلك تقوم المؤسسة بوضع مجموعة من الحواجز التي تعطل المنافسين على القيام بالتقليد. - أن تكون مرنة قابلة للتطوير إذا ما استهدفت بالتقليد من طرف المنافسين. - أن تجعل المؤسسة تتفوق مقارنة بالمنافسين. 	3
06	المجموع	

النقاط	السؤال الثالث	
01	<p>فرضيات مصفوفة BCG:</p> <ul style="list-style-type: none"> - المنتجات ذات الحصص السوقية العالية تولّد نقداً أكبر من المنتجات ذات الحصص السوقية المنخفضة. - المنتجات التي تتواجد في الأجزاء السوقية ذات معدلات النمو المرتفعة تحتاج للنقد أكثر من المنتجات التي تتواجد في الأجزاء السوقية ذات معدلات النمو المنخفضة. 	1

باستخدام مصفوفة BCG كأداة للتحليل الاستراتيجي:
الوحدة: مليون دج

03

		الحصة السوقية الكلية (بالقيمة)		سنة 2022						
الحصة السوقية النسبية	معدل نمو السوق	سنة 2022	سنة 2021	% الحصة السوقية للمؤسسة z	% الحصة السوقية للمؤسسة y	% الحصة السوقية للمؤسسة x	الحصة السوقية للمؤسسة x (بالقيمة)	% الحصة السوقية للمؤسسة "الوقاية والعلاج"	المنتج A	المنتجات
0,5	4,16%	375	360	25%	15%	40%	150	20%	المنتج A	
1,2	11,25%	267	240	25%	20%	25%	66,75	30%	المنتج B	
0,83	15%	34,5	30	30%	20%	25%	8,625	25%	المنتج C	
1,4	6%	159	150	20%	25%	20%	31,8	35%	المنتج D	

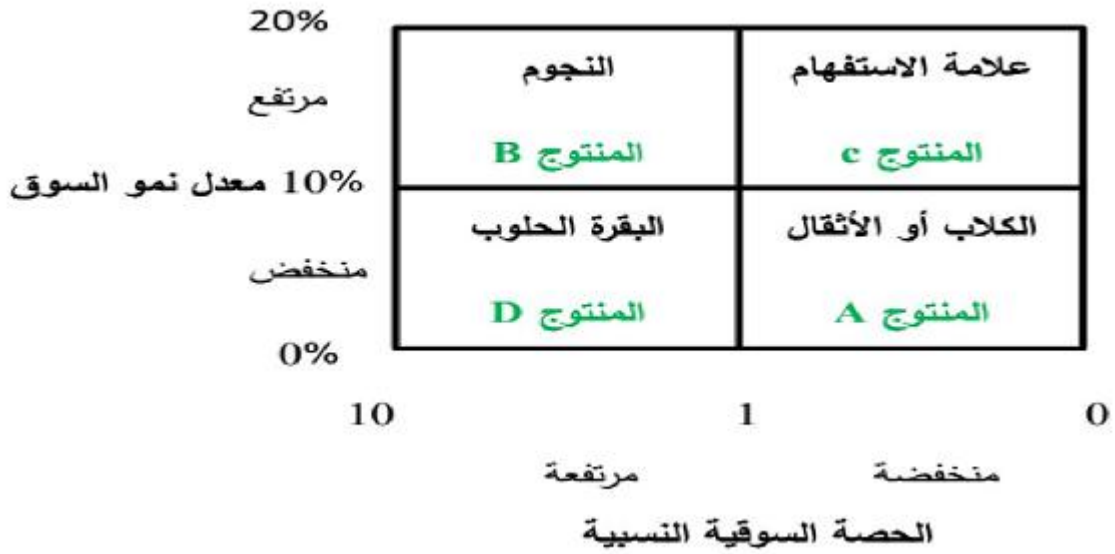
2

الحصة السوقية النسبية = $\frac{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2022} - \text{حجم مبيعات السوق لسنة 2021}}{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2021}} \times 100\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{360 - 375}{360} \times 100\% = -4,16\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2022}}{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2021}} \times 100\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{375}{360} \times 100\% = 104,16\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2022}}{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2021}} \times 100\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{267}{240} \times 100\% = 111,25\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2022}}{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2021}} \times 100\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{34,5}{30} \times 100\% = 115\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2022}}{\text{حجم مبيعات السوق لسنة 2021}} \times 100\%$
 الحصة السوقية النسبية = $\frac{159}{150} \times 100\% = 106\%$

وبنفس الطريقة نقوم بحساب الحصة السوقية النسبية ومعدل نمو السوق للمنتجات الأخرى.

موقع المنتجات في مصفوفة BCG:

03



3

الاستراتيجيات المناسبة:

- المنتج A: الانكماش أو الانسحاب أو التركيز
- المنتج B: استراتيجية النمو والتوسع في السوق
- المنتج C: استراتيجية علاجية
- المنتج D: استراتيجية دفاعية

07

المجموع