



الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس نظم المعلومات التسويقية

العلامة	الجواب الأول
2	1 الفرق بين الاستخبارات التسويقية المركزية والاستخبارات التسويقية اللامركزية: الاستخبارات التسويقية المركزية: وتعني وجود وحدة مركزية هي التي تتولى أنشطة الاستخبارات التسويقية. أما الاستخبارات التسويقية اللامركزية: ويعني ذلك أن أنشطة الاستخبارات التسويقية يتم ممارستها من خلال عدد من الوحدات المنتشرة داخل المؤسسة، وذلك بتقسيم الاستخبارات إلى جهات معينة.
2	2 الفرق بين القرارات المهيكلة والقرارات غير المهيكلة: القرارات المهيكلة: وهي تلك القرارات التي يسهل التنبؤ بها وتتخذ بقرارات قريبة وبشكل متكرر مثل قرارات المخزون. أما القرارات غير المهيكلة: وهي قرارات يصعب التنبؤ بها وتتخذ لمرّة واحدة أو في فترات متباعدة جدا.
4	المجموع

النقاط	الجواب الثاني
0.5	خصائص المعلومات التي يحتاجها المسير لاتخاذ القرار المناسب هي: -الدقة والصحة: تكون المعلومة دقيقة إذا وفرت وبكيفية كاملة الحقيقة التي تصورها وتكون خالية من الخطأ.
0.5	-السرعة: ويقصد بها وصول المعلومة إلى المستخدم في الوقت الذي يحتاجها، ودون ذلك لا يصبح لها معنى.
0.5	-الملاءمة: يشير هذا الشرط إلى مدى ملاءمة المعلومات لطلب المستخدم، بحيث يجب أن تكون المعلومات ملائمة للموضوع محل البحث.
0.5	-الوضوح: يشير هذا الشرط إلى الدرجة التي يجب أن تكون فيها المعلومات خالية من الغموض ويمكن تحديد قيمة الوضوح إذا كان يؤدي إلى تخفيض تكلفة المخرجات.
0.5	-المرونة: تعني قابلية المعلومات على التكيف للاستخدام بأكثر من مستخدم.
0.5	-عدم التحيز: يشير هذا الشرط إلى غياب القصد في تحريف أو تغيير المعلومات لغرض التأثير على المستخدم للوصول إلى نتيجة معينة.
1	يتمثل دور نظم المعلومات التسويقية في عملية اتخاذ القرار في توفير المعلومة اللازمة في كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار من مرحلة تحديد المشكلة حتى مرحلة تقييم القرار المتخذ لأن توفير المعلومة هو الدور الجوهرى لهذا النظام، وكون عملية القرار تعتبر جوهر وقلب العملية الادارية في أي مؤسسة، يجعل من نظام المعلومات التسويقية ضروريا وله أهمية كبيرة في صنع القرارات من خلال المعلومات التي يوفرها والتي تساعد متخذ القرار في اختيار البديل المناسب.. وبالتالي ضمان نجاح المؤسسة واستمرارها في بيئة شديدة التغير.
6	المجموع
النقاط	الجواب الثالث

1. هو مجموعة منظمة من الإجراءات التي تسمح باستخراج المعلومات الكمية المحصل عليها من المؤسسة ومن محيطها:
 - ✓ بنك النماذج.
 - ✓ **بنك الإحصاء.**
 - ✓ نظام قاعدة المعلومات.
 - ✓ لا توجد إجابة صحيحة.
2. معلومات عن ربحية المنتج، خط الإنتاج، إقليم البيع، رجل البيع، يرجع ل:
 - ✓ **تقارير المبيعات.**
 - ✓ تقرير مكافأة مدراء الفروع.
 - ✓ تقارير هامش الربحية.
 - ✓ كل الإجابات صحيحة.
3. قرارات تصميم هيكل منافذ التوزيع، تشمل:
 - ✓ معلومات عن تكاليف مناولة الطلبيات، ومعلومات عن التعبئة والتغليف.
 - ✓ **معلومات عن طول قناة التوزيع المباشرة وغير المباشرة.**
 - ✓ معلومات عن تفويم أداء منافذ التوزيع الحاضرة.
 - ✓ كل الإجابات صحيحة.
4. تتمثل مخرجات نظم المعلومات التسويقية لاتخاذ قرار سياسة المنتجات في:
 - ✓ **المنتجات الجديدة التي يمكن إضافتها للمزيج الحالي.**
 - ✓ الإمكانيات والقدرات المالية والفنية المتاحة للإدارة التسويقية والإنتاج.
 - ✓ التعرف على المستهلكين واتجاهاتهم وحاجاتهم.
 - ✓ لا توجد إجابة صحيحة.
5. تتمثل مدخلات نظم المعلومات التسويقية في عملية اتخاذ القرارات المرتبطة بسياسة التسعير في:
 - ✓ الموارد المتاحة للمؤسسة.
 - ✓ قوائم أسعار المنتجات الجديدة.
 - ✓ **درجة مرونة الطلب على منتجات المؤسسة.**
 - ✓ كل الإجابات صحيحة.

6. معلومات عن درجة التباين في قدرات ورغبات وعادات الزبائن، تدخل ضمن:
 - ✓ **قرارات مزيج المنتج.**
 - ✓ قرارات مزيج التسعير
 - ✓ قرارات مزيج التوزيع
 - ✓ قرارات مزيج الترويج
7. يقدم نظام المعلومات التسويقية تقارير تساعد المسؤولين على القيام بالمتابعة والرقابة الداخلية، يعد ضمن:
 - ✓ متابعة البيئة التسويقية.
 - ✓ متابعة النفقات التسويقية.
 - ✓ **متابعة الزبائن.**
 - ✓ كل الإجابات صحيحة.
8. توظيف البرامج والأجهزة ووضعها موضع التطبيق عند صنع القرارات:
 - ✓ نظام التقارير الداخلية.
 - ✓ **نظام دعم القرارات التسويقية.**
 - ✓ نظام بحوث التسويق.
 - ✓ كل الإجابات صحيحة.
9. قرارات مركزية تتعلق بمستقبل وكيان المؤسسة وتحدد للمؤسسة عملها وكيفية تعاملها مع البيئة المحيطة، تعتبر:
 - ✓ قرارات فنية.
 - ✓ **قرارات استراتيجية.**
 - ✓ قرارات إدارية.
 - ✓ كل الإجابات صحيحة.
10. معلومات عن مدى معرفة الجمهور بالمؤسسة ومنتجاتها وسياساتها، يعد ضمن:
 - ✓ قرارات تحديد أهداف الترويج.
 - ✓ **قرارات تحديد الجمهور المستهدف بالترويج.**
 - ✓ قرارات تحديد نطاق الجهد الترويجي.
 - ✓ قرارات اختيار المزيج الترويجي الملائم.