

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

امتحان الدورة العادية في مقياس
"التسويق العملي"
سنة ثالثة تسويق

أجب عما يلي:

- 1- وضّح مظاهر ارتباط أهميتي التسويق العامة والخاصة. ما أثر ذلك على فهمك للتسويق العملي.
- 2- اشرح، على ضوء هرمية قيمة الزبون، عناصر جاذبية العرض السوقي
- 3- أضافت تقنية OnStar لجنرال موتورز ميزة استثنائية. اشرح التجربة. حدّد نوعها.
- 4- *INTEGRATING MULTICHANNEL MARKETING SYSTEM*. ماذا يعني هذا النظام؟ ما أهميته؟ ما هي تحدياته؟ كيف يمكن تجاوزها؟

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

امتحان الدورة العادية في مقياس
"التسويق العملي"
سنة ثالثة تسويق

أجب عما يلي:

- 1- وضّح مظاهر ارتباط أهميتي التسويق العامة والخاصة. ما أثر ذلك على فهمك للتسويق العملي.
- 2- اشرح، على ضوء هرمية قيمة الزبون، عناصر جاذبية العرض السوقي
- 3- أضافت تقنية OnStar لجنرال موتورز ميزة استثنائية. اشرح التجربة. حدّد نوعها.
- 4- *INTEGRATING MULTICHANNEL MARKETING SYSTEM*. ماذا يعني هذا النظام؟ ما أهميته؟ ما هي تحدياته؟ كيف يمكن تجاوزها؟

السؤال الأول: وضّح مظاهر ارتباط أهميتي التسويق العامة والخاصة. ما أثر ذلك على فهمك للتسويق العملي..

إجابة السؤال الأول: 5 نقاط

الأهمية العامة للتسويق: (أهمية المبادلة) 1.....

لقد برز التسويق منذ نشأته كنشاط مبادلة يُعتمد في إشباع الحاجات والرغبات. لقد ارتبط الإنسان منذ المراحل الأولى لتطور نشاطه الاقتصادي بعمليات التبادل والبيع و الشراء والتوزيع إلى درجة أصبحت معها هذه النشاطات تشكّل أحد المقومات الأساسية لحياته. فلم يعد ممكناً تصوّر إنسان قادراً على إشباع حاجاته دون شراء أو تسوّق.

الأهميّة الخاصة للتسويق: (أهمية التسويق في إطار النشاط الدولي للأعمال)

1

من خلال ما عرف "بالخطأ التسويقي الأكبر"، تبرز أهمية التسويق الخاصة كمفهوم تعتمده المؤسسات في إشباع الحاجات والرغبات لتحقيق أهدافها على مستوى محلي ودولي.

➤ تلتقي كل من الأهمية العامة والخاصة في إشباع الحاجات والرغبات سواء على مستوى الفرد أو المؤسسة أو اقتصاد الدول، وما لذلك من دور في تحقيق الأهداف الخاصة بكل الأطراف.

➤ لهذه الأهمية دور في فهم التسويق، ليس كعمليات ونشاطات فحسب، بل كفلسفة تقوم على إشباع الحاجات والرغبات الخاصة بالأسواق المستهدفة، ثم ما ينبثق عنها من تسويق عملي ممثلاً في سياسات التسويق أو عناصر المزيج التسويقي الواجب التخطيط لها وتنفيذها من أجل تجسيد هذه الفلسفة لتحقيق الأهداف المنشودة. 3.....

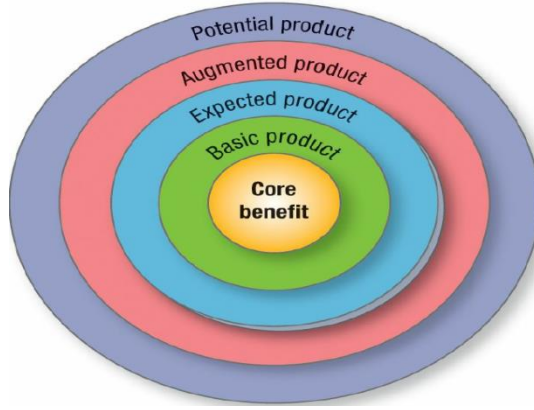
السؤال الثاني: اشرح، على ضوء هرمية قيمة الزبون، عناصر جاذبية العرض السوقي

إجابة السؤال الثاني: 5 نقاط

هرمية قيمة الزبون:

عناصر جاذبية العرض السوقي: 1.5

1.5



| Fig. 13.1 | Components of the Market Offering

يكون العرض السوقي جذابا بعناصر الثلاثة أكثر تنافسية بدأ من المستوى الثالث في هرمية قيمة العميل (مع الشرح) 2

السؤال الثالث: أضافت تقنية OnStar لجنرال موتورز ميزة استثنائية. اشرح التجربة. حدّد نوعها.

إجابة السؤال الثالث: شرح التجربة: 2 نقاط



تحديد نوعها: (3نقاط) تطوير منتج جديد بالإعتماد على:

Organic growth—the development of new products from within by opting for incremental innovation.

السؤال الرابع: *INTEGRATING MULTICHANNEL MARKETING SYSTEM*

ماذا يعني هذا النظام؟ ما أهميته؟ ما هي تحدياته؟ كيف يمكن تجاوزها؟

إجابة السؤال الرابع: 5 نقاط

