

2013/11/30

جامعة الحاج لخضر - باتنة-

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية والتسيير

مسابقة الالتحاق بالدكتوراه  
تخصص الإستراتيجية، التسويق والاتصال

امتحان في مقياس التسويق الأساسي

السؤال الأول:

يمكن للمنتج الاختيار بين قنوات التوزيع، فما هي المعايير التي يلجأ إليها لتحديد السياسة التوزيعية المناسبة؟

السؤال الثاني:

أذكر أهم نماذج الاتصال التسويقي موضحا المكونات الأساسية لها.

السؤال الثالث:

من الملاحظ أن نسبة كبيرة من حالات فشل المنتجات الجديدة أو عدم تحقيقها النتائج المرجوة تعود في جانب كبير منها إلى أخطاء التسعير، كيف يمكن المفاضلة بين سياستي السعر المرتفع والسعر المنخفض؟

ملاحظة: المطلوب الإجابة باختصار وفي نقاط محددة.

لجنة الامتحان

مسابقة الالتحاق بالدكتوراه  
تخصص الإستراتيجية، التسويق والاتصال  
الإجابة النموذجية لامتحان مقياس التسويق الأساسي

## السؤال الأول:

يمكن للمنتج الاختيار بين قنوات التوزيع، فما هي المعايير التي يلجأ إليها لتحديد السياسة التوزيعية المناسبة؟

## الجواب الأول: (6 نقاط)

يقوم المسؤولون بالبحث عن أفضل قناة توزيعية مناسبة وملائمة وفيما يلي بعض العوامل التي يتبعها المنتج لاختيار الطريق المناسب لتوزيع منتجاته:

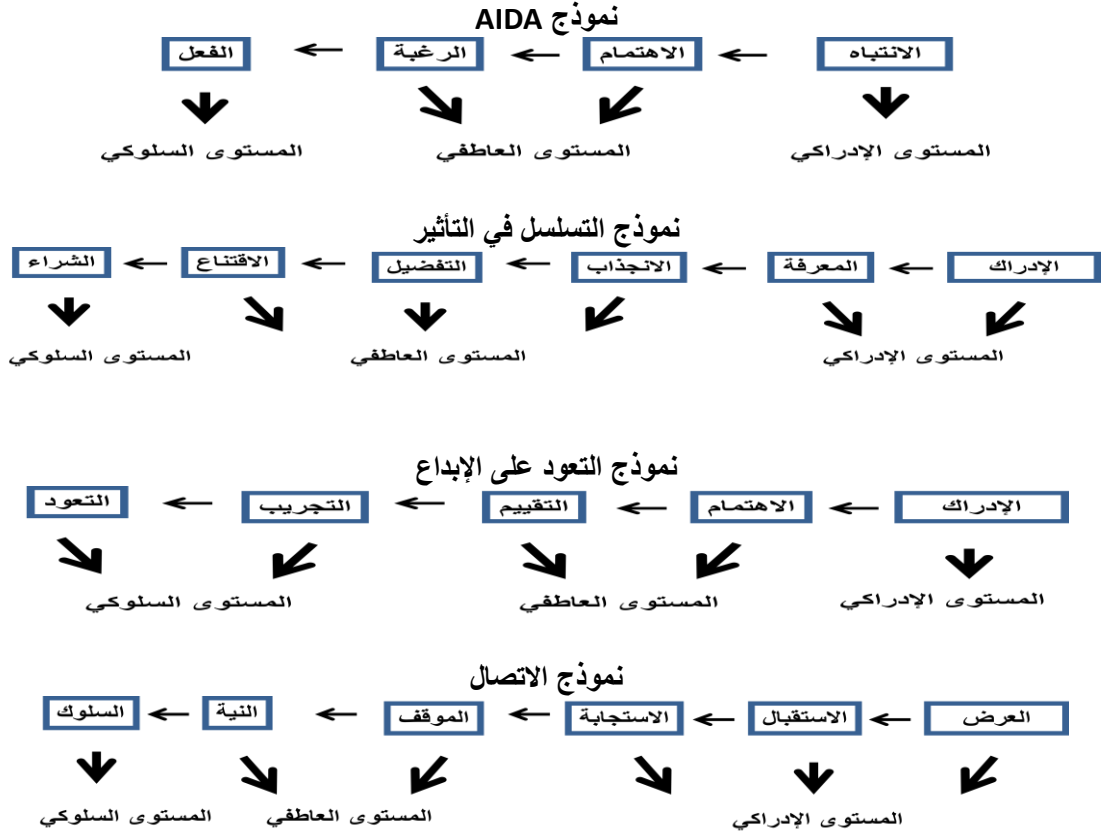
- الاعتبارات الخاصة بالسوق (نوع السوق، عدد العملاء المحتملين، التركيز الجغرافي، حجم السوق)
- الاعتبارات الخاصة بالسلعة (سعر الوحدة، الحجم والوزن، طبيعة السلعة)
- الاعتبارات الخاصة بالوسطاء (الخدمة التسويقية المقدمة، توفر الوسيط المرغوب فيه)
- الاعتبارات الخاصة بالمؤسسة (القدرة الإدارية القدرة المالية)
- الاعتبارات الخاصة بالبيئة (عوامل اقتصادية، خصائص المنافسة، التشريعات والسياسات الحكومية)

## السؤال الثاني:

أذكر أهم نماذج الاتصال التسويقي موضحا المكونات الأساسية لها.

## الجواب الثاني: (6 نقاط)

نماذج الاتصال التسويقي والمكونات الأساسية لها:



## السؤال الثالث:

من الملاحظ أن نسبة كبيرة من حالات فشل المنتجات الجديدة أو عدم تحقيقها النتائج المرجوة تعود في جانب كبير منها إلى أخطاء التسعير، كيف يمكن المفاضلة بين سياستي السعر المرتفع والسعر المنخفض؟

### الجواب الثالث: (8 نقاط)

يمكن للمنظمة المفاضلة بين قرارين هما:

1. **سياسة السعر المرتفع أو سياسة قشط السوق:** ويتم، بموجب هذه السياسة، طرح السلعة بأعلى سعر ممكن. إن استخدام هذه الطريقة يوفر مجموعة من المزايا أهمها:
  - توفير سيولة نقدية سريعة.
  - تغطية التكاليف في أسرع وقت ممكن وإمكانية تخفيض السعر في المستقبل في حالة انخفاض الطلب.
  - وعلى الرغم من وجود هذه المزايا إلا أن هذه السياسة لها عيوبها وتتمثل في:
    - تشجيع العديد من المنافسين لدخول السوق.
    - ويتطلب تطبيق هذه السياسة شرطا هاما وهو:
      - مقابلة السعر المرتفع بجودة عالية ووجود طلب كاف لتغطية التكاليف وتحقيق هامش ربح خلال فترة زمنية قصيرة.

2. **سياسة السعر المنخفض أو سياسة النفاذ إلى السوق:** وتعني هذه السياسة طرح السلعة بأدنى سعر ممكن وبمستوى أقل من مستوى أسعار السلع المنافسة لكسب أكبر حصة سوقية ممكنة وتحقيق حجم كبير في المبيعات. ومن مزايا استخدام هذه السياسة:
  - عدم تشجيع المنافسين لدخول السوق باعتبارها سوق غير مربحة.
  - ومن عيوبها:
    - لا يمكن تبني هذه السياسة في حالة ارتفاع التكاليف لأسباب لا يمكن التحكم فيها (مثل المواد الأولية، اليد العاملة...).

ويتطلب تطبيق هذه السياسة شرطا هاما وهو:

- أن تقوم المنظمة بتلبية احتياجات السوق من هذه السلع بشكل مستمر ودائم.
- تطبق هذه السياسة على السلع ذات الطلب المرن.