

.....: اللقب
: الاسم
: الفوج
: رقم التسجيل

التمرين الأول (5ن): وضح الفرق الجوهرية بين المصطلحات التسويقية التالية:

الإشهار والدعاية: الإشهار هو عملية الترويج لكونه معلوم المصدر... والدعاية هي عملية الترويج لكونه معلوم المصدر...
 استراتيجية الجذب واستراتيجية الدفع: استراتيجية الجذب هي التي تهدف إلى جذب المستهلكين... واستراتيجية الدفع هي التي تهدف إلى دفع المستهلكين...
 عناصر المزيج التسويقي وعناصر المزيج الترويجي: عناصر المزيج التسويقي هي 4: المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج... وعناصر المزيج الترويجي هي 4: الإشهار، البيع الشخصي، الترويج المباشر، العلاقات العامة...
 قادة الرأي والجماعات المرجعية: قادة الرأي هم الأشخاص الذين يؤثرون على الآخرين... والجماعات المرجعية هي المجموعات التي يتبعها الفرد...
 اتساع المنتج وعمق المنتج: اتساع المنتج يعني عدد خطوط الإنتاج الذي تقدمه منظمة... وعمق المنتج يعني عدد المنتجات في فئة إنتاج واحدة...
 الترويج المباشر والترويج غير المباشر: الترويج المباشر هو الترويج الذي يتصل به المستهلك مباشرة... والترويج غير المباشر هو الترويج الذي يتصل به المستهلك بشكل غير مباشر...

التمرين الثاني (5, 04 نقاط): أكمل الجدول التالي الذي يفرق بين بعض مراحل الفكر التسويقي :

اسم المرحلة	الميزة الأساسية للمرحلة	شعار المرحلة	الأنشطة التسويقية للمرحلة
التوجه الإنتاجي	الطلب... البيع...	كل ما يتعلق ببيع...	الوجود... التسويق...
التوجه التسويقي	التركيز على زيادة الإنتاج...	المنتج الجيد يبيع نفسه بنفسه	البيع... على... تحسين جودة المنتجات
التوجه نحو السوق	التركيز على... حاجات وطوائف الزبائن	الزبون هو الملك... أر السد	البيع... دراسة سلوك المستهلك

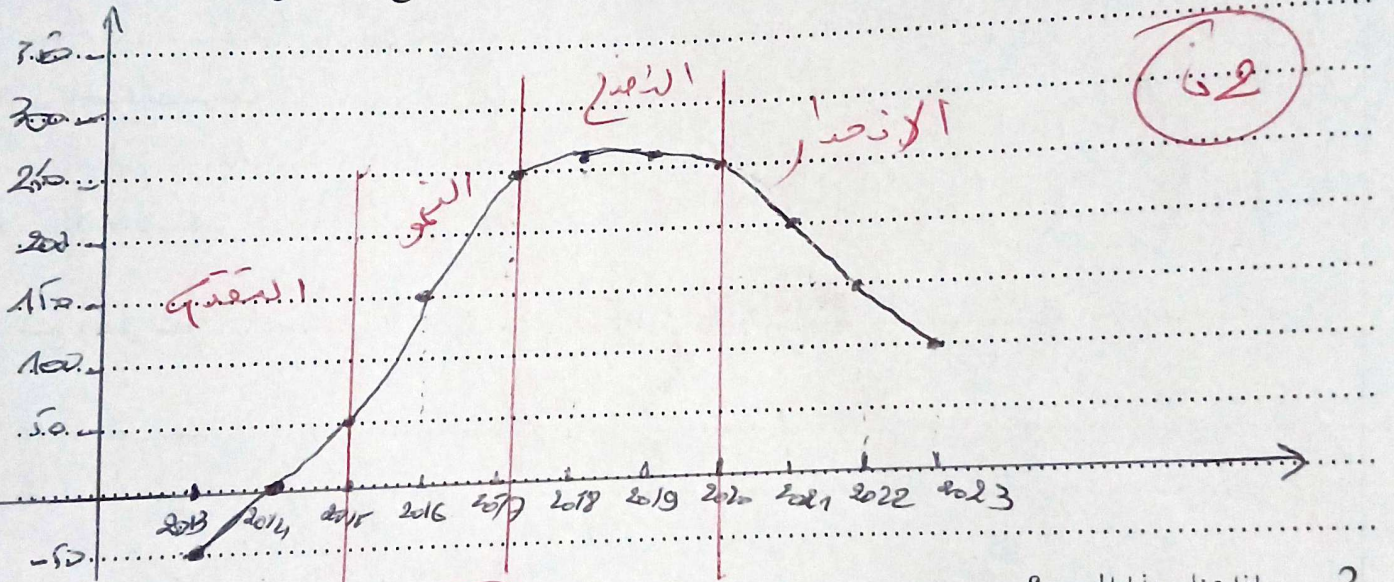
التصميم الثالث (05 ن): صف البيانات التالية المتعلقة بيئة المؤسسة الاقتصادية "ميلاف" المختصة في الصناعات الغذائية :

البيان	نوع البيئة	ماذا تمثل المعلومة بالنسبة للمؤسسة
(1) وجود خمسة مؤسسات تقدم نفس المنتجات	بيئة خارجية خاصة	تهديد
(2) ضعف المستوى العلمي والمهني لعمال المؤسسة	بيئة داخلية	نقطة ضعف
(3) زيادة الضرائب على أرباح المؤسسات الاقتصادية	بيئة خارجية عامة	تهديد
(4) إصدار تعليمات من وزارة التجارة لتسقيف أسعار بعض المنتجات الغذائية تنتجها هذه المؤسسة	بيئة خارجية خاصة	تهديد
(5) تسرب وظيفي من مؤسسة منافسة بسبب فضائح بيئية	بيئة خارجية خاصة	فرصة

التصميم الرابع (5.5 ن): بين الجدول التالي تطور أرباح منتج من منتجات مؤسسة "ميلاف" في الفترة الممتدة من سنة 2013-2023:

السنوات	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
الأرباح (مليون دج)	50 -	00	50	150	250	260	260	250	200	150	100

1- أرسم منحنى تطور أرباح مؤسسة ميلاف مبينا مختلف المراحل التي مرّ بها هذا المنتج في الشكل.



2- ماذا يمثل هذا المنحنى؟

يمثل دورة حياة المنتج.

3- بماذا تتميز المرحلة الممتدة من (2013-2015)؟

1- انخفاض الأرباح، وقد تكونت سلبية أو قليلة، لأن المبيعات منخفضة، قلة المنافسين، مع تواجد عدد قليل من الزبائن للمبادرين.

4- في سنة 2013 كانت أرباح المؤسسة في هذا المنتج سالبة، ما هو تفسيرك لذلك؟ وماذا تقترح كحل لهذه الحالة؟

التفسير: ارتفاع تكاليف الإنتاج والتوزيع، ارتفاع تكاليف التوزيع، حيث أن المبيعات لا تغطي التكاليف، فيكون الربح سالباً. الحل المقترح: استكشاف المؤسسة من الجهود التسويقية، مستخدمة بالأموال المخصص عليها من المنتجات المتواجدة في مرحلة المنتج.