**المركز الجامعي ميلة**

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

امتحان السداسي الأول في مادة أساسيات التسويق السنة الثانية علوم تجارية

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **الاسم** |  | **اللقب** |  | **الفوج** |  | **العلامة** |  |

**السؤال الأول (10 نقاط):** أجب بصحيح أو خطأ مع التعليل

1. الرغبة هي الصيغة التي تأخذها الحاجة. صحيح.
2. يتألف السوق من المستهلكين الحاليين. خطأ. يتألف السوق من المستهلكين الحاليين والمرتقبين.
3. المقابل في التعامل يكون ماديا أو عينيا. خطأ. المقابل في التعامل يكون ماديا أو معنويا.
4. المنتج أي شيء يمكن عرضه لإشباع حاجة. صحيح.
5. المزيج الترويجي يتمثل في الإعلان، العلاقات العامة، تنشيط المبيعات والتسويق المباشر. صحيح.
6. تتمثل مسؤوليات قسم التسويق في تقييم التكاليف. خطأ. (انظر النموذج الأول من التصحيح النموذجي).
7. من وظائف إدارة التسويق البيع الشخصي. خطأ (وظائف إدارة التسويق هي التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة).
8. أسس تجزئة سوق المستهلك تختلف عن أسس تجزئة سوق المنظمات. صحيح.
9. بحوث التسويق هي جزء من الاستخبارات التسويقية. خطأ. بحوث التسويق هي جزء من نظام المعلومات التسويقية.
10. الرضا هو المرحلة السابقة للولاء. صحيح.

**السؤال الثاني:** واجهت شركة ماكدونالدز في بداية التسعينات انخفاضا في المبيعات بنسبة 3 بالمئة فضلا عن انخفاض الأرباح بنسبة 7 بالمئة، حيث أجبرت المنافسة الشركة إلى تقديم أسعار أقل. وقد أكدت الدراسات الاستطلاعية أن السبب الرئيسي لفقدان الشركة لجزء من حصتها السوقية هو إغفال الشركة للتطورات الحاصلة في أسواقها، حيث أصبح جزء من عملائها له اهتمامات خاصة بالصحة، فبدأوا في إعادة النظر فيما يخص التعامل مع الشركة خوفا من العبوات البلاستيكية، ومن نسبة الدهون في الهامبورجر وانخفاض القيمة الغذائية، كما بدأت الشركة في مواجهة جمعية حماية المستهلك وجماعات حماية البيئة.

**المطلوب:** الإجابة على الأسئلة التالية:

1. تحديد عناصر البيئة التسويقية المذكورة في النص مع التعليل.
2. تحديد تأثير عناصر البيئة التسويقية على السياسة التسويقية لماكدونالدز مع التعليل.
3. كيف تستطيع شركة ماكدونالدز التخفيف من تأثيرات هذه العوامل البيئية وتحويلها إلى عوامل نجاح؟ مع التعليل.

**الحل:**

**مقدمة + خاتمة (2 نقاط).**

1. **عناصر البيئة التسويقية المذكورة في النص هي:**

* **البيئة الداخلية (1ن): متمثلة في قسم البحث والتطوير: إغفال التطورات.....(0.5 ن)**

**والمنتج: الهامبرغ المليء بالدهون والتعبئة البلاستيكية(0.5 ن).**

* **البيئة الخارجية الخاصة (1ن): متمثلة في المنافسة والعملاء ( 0.5 ن)**

**وجماعات الضغط المختلفة (جمعية حماية المستهلك وجمعية حماية البيئة 0.5 ن).**

1. **تأثير عناصر البيئة التسويقية على السياسة التسويقية لماك هي: (2ن)**

* **البحث والتطوير كان نقطة ضعف حيث أهمل التطورات الحاصلة في السوق ما أدى إلى انخفاض الحصة السوقية والأرباح.**
* **المنتج: لم تعمل الشركة على تطوير المنتج والذي كان يحتوي على نسب عالية من الدهون إضافة إلى استخدام العبوات البلاستيكية المضرة بصحة المستهلك ومضرة بالبيئة، وكانت النتيجة تحول جزء من المستهلكين إلى المنافسة، ووقوف الشركة ماك في مواجهة جمعية حماية المستهلك وجمعية حماية البيئة....**
* **المنافسة والعملاء: قدرة المنافسة على إيجاد بديل للمنتج المضر صحيا ومواكبتها للتوجهات الخاصة بالمستهلكين الباحثين عن المنتجات الصحية كلف شركة ماك خسائر وأجبرها على تخفيض أسعارها....**
* **جمعيات الضغط المختلفة: جمعية حماية المستهلك والتي تهدف في النهاية إلى توعية المستهلكين حول المنتجات التي يستهلكونها، وجمعية حماية البيئة التي تضغط على الشركات للعمل على حماية البيئة من مختلف المخلفات المضرة بالبيئة......**

1. **تستطيع شركة ماك أن تخفف من آثار العوامل البيئية وتحولها إلى عوامل نجاح من خلال: (2ن)**

* **الاهتمام بقسم البحث والتطوير وتخصيص ميزانية كافية لإجراء البحوث السوقية والتسويقية، وتبني نظام خاص بالمعلومات التسويقية.**
* **دعم جمعية حماية المستهلك وكذا جمعية حماية البيئة، وإقامة ندوات تهدف إلى نشر الوعي حول الحفاظ على سلامة وصحة المستهلك، وكذلك حول طرق تدوير النفايات وسبل المحافظة على البيئة.**
* **إدخال وجبات صحية تحتوي على قيمة غذائية عالية من جهة، وتقلل من نسب الدهون المضرة بالصحة من جهة اخرى.**
* **التخلص من استخدام العبوات البلاستيكية المضرة بالصحة والبيئة وتعويضها بعبوات صحية وصديقة للبيئة.**
* **مواكبة مختلف التطورات الحاصلة على مستوى المنافسة والتوجهات الخاصة بالعملاء، والعمل على تطوير المنتجات بالشكل الذي يوافق التطورات الحاصلة على مستوى رغبات العملاء.**