



الاجابة النموذجية لإمتحان مادة التسويق العملياتي

السؤال الأول : أذكر 3 فروقات (اختلافات) جوهرية بين التسويق العملياتي والتسويق الاستراتيجي. (3 نقاط)

التسويق العملياتي	التسويق الاستراتيجي
1- التركيز على المدى القصير: يُعنى بشكل أساسي بالأنشطة والتكتيكات اليومية الهادفة إلى تحقيق أهداف قصيرة المدى.	1- رؤية بعيدة المدى: يتبنى نهجاً شاملاً وطويل المدى.
2- التنفيذ التكتيكي: يشمل التطبيق العملي لمبادرات التسويق، مثل الحملات الإعلانية، والتسويق عبر البريد الإلكتروني. ويهتم بالجوانب الأساسية لتنفيذ التسويق.	2- يعتمد على التخطيط والتحليل: يبدأ بأبحاث وتحليلات سوقية مكثفة. ويتضمن تحديد اتجاهات السوق وشرائح العملاء والظروف التنافسية لصياغة استراتيجية تسويقية شاملة.
3- يهدف إلى تحقيق نتائج فورية (تعزيز المبيعات والارباح)	3- يهدف إلى بناء العلامة التجارية على المدى الطويل ويقاس من خلال حساب العائد على الاستثمار.
4- يتم القيام به خارج المؤسسة في السوق.	4- يتم القيام به في المكاتب وخلف الابواب المغلقة
5- يمكن تعديل الميزانية بناءً على الاحتياجات والفرص قصيرة المدى وهي مصممة لتكون أقل ثباتاً.	5- عادةً ما يكون تخصيص الميزانية في التسويق الاستراتيجي أكثر ثباتاً، وهو مصمم لدعم الرؤية طويلة المدى.

السؤال الثاني : في بضعة أسطر إشرح ماهية "الكلمة المنطوقة"، وفي أي مرحلة تسويقية تندرج، وماهي أهميتها؟ (4 نقاط)

- 1- يُشير مصطلح "الكلمة المنطوقة" في التسويق إلى التبادل غير الرسمي للمعلومات حول منتج أو خدمة أو علامة تجارية بين المستهلكين، ويحدث ذلك عندما يُوصي الناس أو ينتقدون شركة ما بناءً على تجربتهم الشخصية، سواءً وجهاً لوجه، أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أو التقييمات الإلكترونية، أو غيرها من قنوات الاتصال". (1.5 نقطة)
- 2- تندرج "الكلمة المنطوقة" ضمن عناصر المزيج الترويجي. (1 نقطة)
- 3- تكمن أهمية التواصل الشفهي في التسويق فيما يلي : (1.5 نقطة)
 - تُشير الدراسات إلى أن التواصل الشفهي هو أحد أكثر أشكال التسويق موثوقية بين الزبائن.
 - يثق الناس بتوصيات الأصدقاء والعائلة والأقران أكثر من الإعلانات.
 - تتميز بتكلفة منخفضة مقارنة بباقي عناصر المزيج الترويجي، على عكس الإعلانات المدفوعة، لا يتطلب التواصل الشفهي ميزانيات كبيرة.
 - يصبح العملاء الراضون دعاة مجانيين للعلامة التجارية حيث في المتوسط ينقل الزبون الراضي انطباعه الى ستة زبائن آخرين بينما ينقل الزبون الغاضب انطباعه الى 12 زبون في المتوسط .
 - تبني "الكلمة المنطوقة" سمعة العلامة التجارية، فالسمعة القوية التي يُغذيها الكلمة المنطوقة تُميز العلامة التجارية عن منافسيها.
 - يُشجع على ولاء العملاء وبناء علاقات طويلة الأمد.
 - يدعم النمو الفيروسي أين يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي والتقييمات الإلكترونية نشر الكلمة المنطوقة بسرعة بين جماهير واسعة، مما يؤدي غالباً إلى تأثيرات تسويقية فيروسية.

السؤال الثالث : ماهو الفرق بين 4P's و 4C's ؟ (4 نقاط)

المزيج التسويقي 4C's يتبنى نظرة المستهلك إلى السوق بينما المزيج التسويقي 4P's نظرة المصنّع إلى السوق. (2 نقاط)

اما الاختلاف في عناصر المزيج فهي كالتالي : (2 نقاط) 0.5 نقطة لكل كلمة

4P	←	4C
المنتج	←	القيمة للعميل Customer value
السعر	←	التكلفة بالنسبة إلى العميل Cost to the customer
المكان	←	الإتاحة أو الراحة Cenvenience
الترويج	←	الإتصال Communication

السؤال الرابع : أجب بصحيح أو خطأ مع تعديل العبارة إذا كانت خاطئة. (4 نقاط) 0.5 نقطة لكل عبارة

العبارة	
1	<u>تعتبر مرحلة النضج هي المرحلة الخامسة ضمن مراحل دورة حياة المنتج.</u> الإجابة : خطأ مرحلة النضج هي المرحلة الثالثة من مراحل دورة حياة المنتج.
2	<u>التبرعات الخيرية هي إحدى أهم أدوات تنشيط المبيعات التي تهدف إلى تحسين صورة المؤسسة لدى الزبائن.</u> الإجابة : خطأ هي إحدى أدوات عنصر العلاقات العامة وليس تنشيط المبيعات
3	<u>المنفعة الشكلية هي المنفعة التي توفرها عملية التوزيع ويقصد بها عملية توفير المنتج في الحجم والكمية والشكل المناسبين.</u> الإجابة : صحيح
4	<u>يعتبر عنصر المنتج Product هو أهم عنصر من عناصر المزيج التسويقي 4P's .</u> الإجابة : خطأ لا يوجد أهم عنصر في المزيج التسويقي لأن كل العناصر مهمة بنفس المستوى.
5	<u>نقصد بالمرونة السعرية هي القدرة على زيادة أو خفض أسعار المنتجات بسهولة من طرف المؤسسة بما يناسب الزبائن.</u> الإجابة : خطأ المرونة السعرية هي تأثر الطلب (السوق) بالأسعار أي أن هناك زيادة كبيرة في الطلب مع كل انخفاض في الأسعار.
6	<u>تحليل وتقييم كيفية تأثير المظهر والتصميم على الزبون تدخل ضمن مؤشرات تقييم عنصر العمليات في المزيج التسويقي.</u> الإجابة : خطأ تدخل ضمن عنصر الدليل المادي في المزيج التسويقي وليس عنصر العمليات.
7	<u>يستمد عنصر السعر أهميته في كونه عنصر المزيج التسويقي الوحيد الذي يمثل للمؤسسة "التكلفة" بينما تمثل باقي العناصر "العوائد".</u> الإجابة : خطأ العكس ، عنصر السعر يمثل العوائد بينما باقي العناصر تمثل التكلفة.
8	<u>يرتكز التسويق العملي على تنفيذ المزيج التسويقي.</u> الإجابة : صحيح

السؤال الخامس : ما علاقة التسويق الوارد بالتسويق العمليتي ؟ (5 نقاط)

يُعد التسويق الوارد جزءًا من التسويق العمليّاتي. أين يُضفي التسويق التشغيلي الحيوية على استراتيجيات التسويق الوارد وضمن نجاحها. فعندما تُقرر شركة تطبيق استراتيجيات التسويق الوارد، فإن التنفيذ - كتابة منشورات المدونة، وتحسين محركات البحث (SEO) ، وإدارة حملات رعاية العملاء - يُعد جزءًا من التسويق العمليّاتي.