



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

المسابقة الوطنية للالتحاق بالتكوين في دكتوراه الطور الثالث 2023/2022

الشعبة: علوم التسيير	التخصص: إدارة وتسيير منظمات الأعمال
الامتحان الثاني في مادة : التسويق	
المعامل: 03	المدة: ساعتين
التاريخ: 02 فيفري 2023	التوقيت: 15:00 - 17:00
الموضوع الأول	

السؤال الأول: (06 نقاط) عرف بدقة واختصار المصطلحات التالية:

- تسويق العصابات (guerilla marketing)
- الكلمة المنقولة (word of mouth)
- قصر النظر التسويقي
- أثر التجربة
- خريطة الادراك
- المزيج التسويقي

السؤال الثاني: (09 نقاط)

بالاعتماد على نموذج القوى التنافسية لبورتر في تحديد الخيار الاستراتيجي التنافسي لمؤسسة القولية لتعبئة المياه المعدنية؛

المطلوب:

- اسقط نموذج بورتر على الحالة المذكورة مع الرسم؛
- حلل تلك القوى في الحالة المذكورة.

السؤال الثالث: (05 نقاط) إليك العبارة التالية:

A brand can be defined as a set of tangible and intangible attributes designed to create awareness and identity, and to build the reputation of a product, service, person, place, or organization. The holistic perspective of branding as a longterm strategy includes a wide set of activities ranging from product innovation to marketing communications.

Branding allows you to build relationships with your audience, which can eventually turn them into loyal customers. You can create a brand that people actually care about and put yourself ahead of businesses that aren't using this to their advantage.

- استخرج الفكرة الأساسية للفقرة؛
- عرف الكلمة المفتاحية المستخرجة من الفقرة مع ذكر أهم ابعادها.

انتهى بالتوفيق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

المسابقة الوطنية للالتحاق بالتكوين في دكتوراه الطور الثالث 2023/2022

الشعبة: علوم التسيير	التخصص: إدارة وتسيير منظمات الأعمال
الامتحان الثاني في مادة : التسويق	
المعامل: 03	المدة: ساعتين
التاريخ: 02 فيفري 2023	التوقيت: 15:00 - 17:00
الحل النموذجي للموضوع الأول	

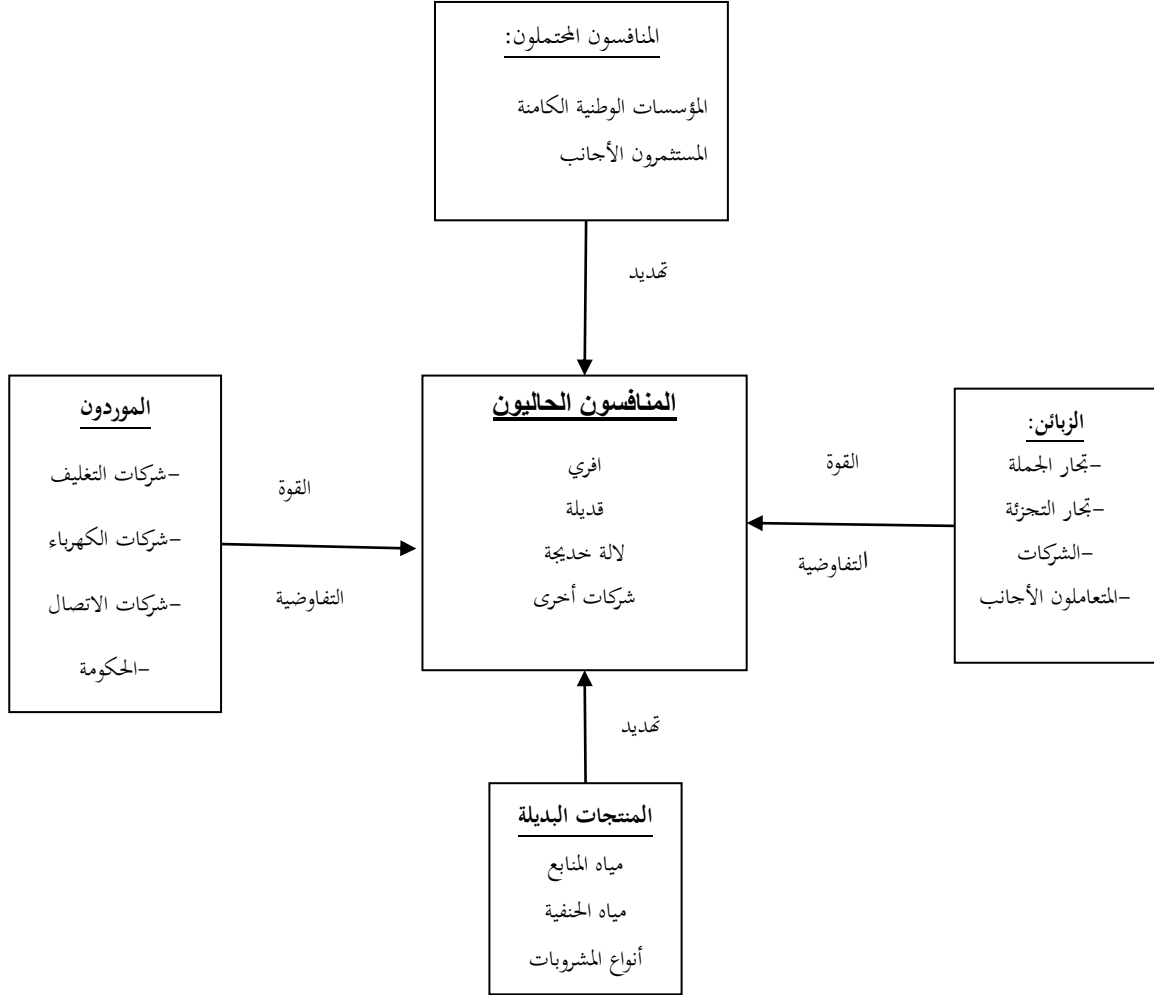
الجواب الأول: (06 نقاط) تعريف المصطلحات:

- تسويق العصابات (Guerilla marketing)(01ن): هي وسيلة أو طريقة تسويقية منخفضة التكلفة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية أو المنتجات أو الخدمات في الأماكن العامة بطريقة غير مألوفة.
- الكلمة المنقولة (word of mouth) (01ن): عندما يمدح أو يذم الزبائن الشركة ومنتجاتها مثل التسويق الشخصي أو التسويق الاجتماعي
- قصر النظر التسويقي(01ن): يقصد به الرؤية الضيقة لنشاطات المنظمة وأسواقها المستهدفة والتركيز على بيع ما ينتج بدلا من التركيز على تلبية حاجات العملاء المتطورة، أي عدم مواكبة التطورات الحاصلة في البيئة الخارجية.
- أثر التجربة (01ن): يعرف على أنه انخفاض تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة بنسبة ثابتة كلما تضاعف حجم الإنتاج المتراكم.
- خريطة الإدراك (01ن): يعتمد المسوقون على خرائط الإدراك من أجل التصور المقارن لعلاماتها التجارية أو منتجاتها وتلك التي تخص منافسيها من قبل المستهلكين وفقا لمعايير شراء معينة.
- المزيج التسويقي(01ن): عرفه كوتلر بأنه مختلف العوامل والعناصر التسويقية التي تتحكم في صياغتها المؤسسة قصد الرفع المستمر في مستوى المبيعات في سوق معينة. هذا المزيج يتضمن المنتج ، والسعر ، والمكان والترويج ويمثل مجموعة من الأدوات التسويقية التي تحتاجها المؤسسة لتحقيق الأهداف التسويقية في السوق المستهدف من خلال أربعة استراتيجيات أساسية هي : إستراتيجية المنتج، وإستراتيجية التسعير، وإستراتيجية التوزيع، وإستراتيجية الترويج.

الجواب الثاني: (09 نقاط)

بالاعتماد على نموذج القوى التنافسية لبورتر في تحديد الخيار الاستراتيجي التنافسي لمؤسسة القولية لتعبئة المياه المعدنية؛

- إسقاط ورسم الحالة على نموذج بورتر: (5،06)



تحليل القوى المذكورة (5،02):

- قطاع المياه المعدنية في الجزائر سوق منافسة تامة لامتداده على كامل التراب الوطني؛
- المؤسسات المحتمل دخولها لهذا القطاع تواجه العديد من التحديات منها إدارية، قانونية، اجتماعية واقتصادية؛
- المنتجات البديلة كالحنفية والمنبع تهددها ضعيف لان المستهلك لا يميل إليها كثيرا؛
- الموردون قوة تفاوضية كبيرة، مثل: شركات التغليف توفر العبوات بشكل مؤثر؛
- تتعامل المؤسسة مع زبائن متنوعين محليين وأجانب ومؤسسات وشركات عامة وخاصة و تجار الجملة والتجزئة.

السؤال الثالث: (05 نقاط) إليك العبارة التالية:

A brand can be defined as a set of tangible and intangible attributes designed to create awareness and identity, and to build the reputation of a product, service, person, place, or organization. The holistic perspective of branding as a longterm strategy includes a wide set of activities ranging from product innovation to marketing communications.

Branding allows you to build relationships with your audience, which can eventually turn them into loyal customers. You can create a brand that people actually care about and put yourself ahead of businesses that aren't using this to their advantage.

الفكرة الأساسية (02ن): حاولت هذه الفقرة تقديم تعريف للعلامة التجارية وأهمية صناعة العلامة من خلال بناء علاقة مع الزبائن؛ هذه الأخيرة التي قد تؤثر في سلوك المستهلكين وتُنشئ ما يسمى بالولاء إتجاه هذه العلامة التجارية.

تعريف الكلمة المفتاحية:

- **العلامة التجارية (01ن):** عرفتھا جمعية التسويق الأمريكية كما يلي: " هي إسم، مصطلح، إشارة، رمز، تصميم أو مزيج من كل ذلك، تهدف إلى تعريف السلع والخدمات لبائع واحد أو عدة بائعين عن تلك المنافسة لها".

أبعاد العلامة التجارية: (02ن):

- اسم العلامة؛
- قيمة العلامة؛
- جودة العلامة؛
- شعار العلامة.

انتهى بالتوفيق