

امتحان السداسي الثاني في مقياس التسويق العملياتي

السؤال الأول : (6 ن)

حدّد الفرق بين المصطلحات التالية :
1- الجودة / النوعية 2- توسيع التشكيلة / تقليص التشكيلة 3- الوسطاء التجاري / الوسطاء الوكلاء

السؤال الثاني : (5 ن)

أجب بصحيح أو خطأ على العبارات الآتية مع تصحيح الخطأ إن وجد .

- 1- يقوم المسار بامتلاك السلع وإجراء مفاوضات بين البائع والمشتري لتسهيل عملية التبادل وذلك مقابل عمولة .
- 2- تلجأ المؤسسات إلى الإعلان أساسا بهدف التعرف بمنتجاتها وإقناع المستهلك بها .
- 3- يقلل البيع الشخصي من الإصراف في الجهود البيعية .
- 4- في حالة توزيع السلع الصناعية لا يتم الإعتماد على وسطاء؛ فيتم الشراء مباشرة .
- 5- تعتبر المعارض من بين أهم الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة لتنشيط مبيعاتها .

السؤال الثالث : (9 نقاط)

إليك البيانات التالية التي تم جمعها من طرف المؤسسة الفرنسية Mars النشطة في سوق الشكولاتة ، والتي تضم أكثر من 50 علامة في محفظة منتجاتها:

الجزء السوقي	العلامات الأساسية
الشكولاتة المحشوة	Bounty, Nuts, Mars
شكولاتة بالبسكويت	Bueno, Twix, Kit Kat, Lion
شكولاتة بالحدوب	Kinder, Sundry
شكولاتة	Inca, Crunch
شكولاتة للحمية	gerblé, Céréale

التاريخ 2025 /05 /27

جامعة باجي مختار – عنابة –
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
قسم العلوم المالية
السنة الثالثة تخصص تسويق

المدة : ساعة ونصف

المطلوب :

- 1- مثل على نموذج بياني تشكيلة منتجات Mars مبينا العرض، العمق والطول.
- 2- احسب عرض التشكيلة، العمق وطول التشكيلة
- 3- ما هي مزايا وعيوب توسيع التشكيلة ؟
- 4- ماهي سياسة التسمية المتبعة من طرف Mars ؟
- 5- ما هي الاستراتيجية التسويقية المتبعة من طرف مؤسسة Mars ؟ ولماذا ؟
- 6- ما هي استراتيجية التوزيع المتبعة من طرف المؤسسة لتوزيع منتجاتها ؟

بالتوفيق

الجواب الاول : (نقطة لكل جواب) = 6 ن

1 - الجودة : كفاءة المنتج في إشباع رغبات المستهلك وتعلقه بالجوانب الداخلية للمنتج كالذوق... (يطغى عليه الجانب الكيفي)

2 - النوعية : اختلاف المنتجات من حيث المظهر أي ترتبط بالخصائص الخارجية للمنتج أو الخدمة .

2 - توسيع التنسيك : التوسع في خطوط منتجات جديدة لتتكون المؤسسة تنسيكاً عريضة من المنتجات .

تقليص التنسيك : تنطوي المؤسسة على بعض خطوط المنتجات التي تكون موقع تنصية (تركز على المنتجات الأكثر مبيعات)

3 - الوسطاء التجاري : وسطاء يشترون و يبيعون السلع بفرض تحقيق ربح ويحتلون السلع و يتحملون جميع مخاطر الملكية .

الوسطاء الوكلاء : هم لا يشترون السلع من المنتج لكن يبيعونها دون امتلاكهم لها مقابل عمولة ولا يتحملون مخاطر الملكية .

الجواب الثاني : (5 ن) نقطة لكل جواب

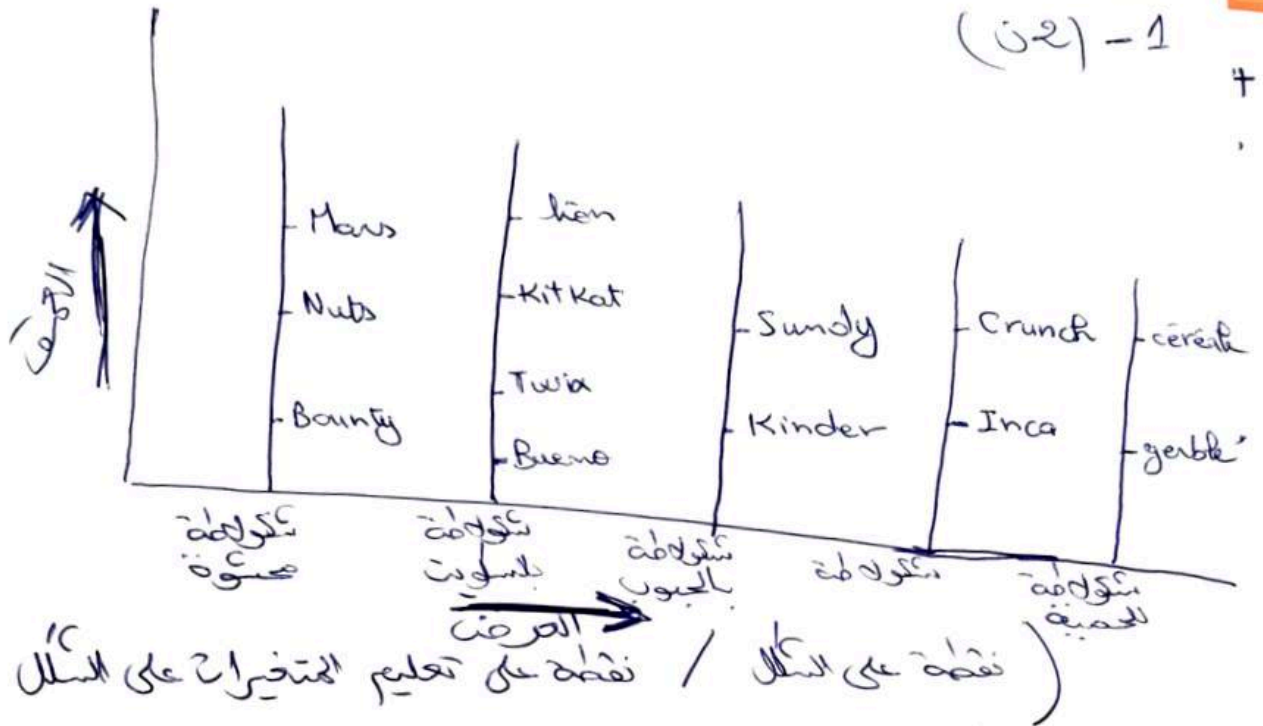
1 - خطأ . لا يملك المصار السلع و يقوم بأجراء مفاوضات بين البائع والمشتري لتسهيل عملية التبادل و يأخذ مقابل ذلك عمولة

2 - خطأ . تلجأ المؤسسات للعلن بعدد التوزيع والتمتع و التذكير

3 - صحيح .

4 - خطأ . في حالة توزيع السلع الصناعية يمكن عدم الاعتماد على وسطاء و يمكن الاعتماد على وسطاء (موزع حصاني أو وكيل)

صحيح



2- عرض التسكيلة: 5 (0,5 ن)

الحق 1: 3
عق 2: 4
عق 3: 2
عق 4: 2
عق 5: 2

3- الطول: 13 (0,5 ن)

3- مزايًا توسيع التسكيلة: (اثنان فقط) (1 ن)

- العرض العطر قليل
- استغلال عدة قطاعات سوقية
- شعرة أكبر

عيوب توسيع التسكيلة: (اثنان فقط) (1 ن)

- تشتت الجهود التسويقية
- غيرة وجود تكدس معقولة البيع
- صعوبة متابعة المبيعات
- تعقيد على مستوى الإنتاج وتسيير المخزون

- 4 - استراتيجية سياسة التسعير : عدمه لكل منتج (1 ن)
- 5 - الاستراتيجية التسويقية : استراتيجية التسويق المتباين (1 ن)
- السبب : وسيلة فعالة لمواجهة المنافسة . (1 ن)
- الوصول لمبيعات أكبر ومركز تنافسي أقوى وزيادة المبيعات
- 6 - استراتيجية التوزيع المتباينة : التوزيع الشامل (1 ن)