

التعداد لمادة التسويق

عمل وتنسيق / نور و دولي

1) ادارة التسويق في المنشأة تقوم بوظيفتين اساسيتين:-

1)خلق الطلب على منتجات المشاة

2)خدمة الطلب

2)تبني عملية التبادل على ؟

1) وجود طرفان

2) ان يكون لكل طرف شي له قيمه لدى الطرف الاخر

3)القدرة على الاتصال والتسليم

4) حريه الطرفين في قبول العرض او رفضه

5) توفير الظروف البيئيه الملائمه لاتمام عمليه التبادل

3) مراحل اساسيه في تاريخ الفكر التسويقي ؟

1) مرحلة التوجيه بالمنتج (التركيز على الانتاج)

2) مرحلة التوجيه بالبيع (المنتجات الحاليه)

3) مرحلة التوجيه بالتسويق (الحاجات الحقيقيه للمستهلك)

4) مرحلة التسويق بالعلاقات (بناء علاقات متوازنه مع جميع الاطراف)

4) اهم مراحل التوجيه بالمنتج ؟

التركيز: على الانتاج

الوسيلة: صنع منتجات ذات جودة عالية

الهدف: انتاج أكبر قدر ممكن

5) اهم مراحل التوجيه بالبيع ؟

التركيز :- على المنتجات الحاليه

الوسيلة :- جهود بيعيه و اعلانية مكثفة

الهدف :- كلما زاد حجم المبيعات كلما زاد الربح

6) مرحلة التوجيه بالتسويق ؟

التركيز:- على الحاجات الحقيقيه للمستهلك

الوسيلة :- المزيج التسويقي المتكامل (المنتج ، السعر، التوزيع، الترويج)

الهدف :- اشباع رغبات المستهلك

7) ظهرت في هذه المرحلة عدة مدارس علمية؟

1) المفهوم الحديث للتسويق

2) المفهوم الاجتماعي للتسويق

٣) تحقيق التسويق لجودة الحياة

٨) مرحلة التسويق بالعلاقات ؟

- ١) بناء علاقات طويلة الاجل بدلا من قصيرة الاجل
- ٢) تحقيق قيمة مدركة للعملاء وبالتالي تحقيق الرضاء والولاء
- ٣) امتداد علاقة الى الاطراف الاخرى الوثرة على اداء المنشأة مثل الموردين والعاملين بالمنشأة والمساهمين مما يحقق علاقة مربحة لجميع الاطراف في الاجل الطويل

٤) التوجه التسويقي لكافة وحدات المنشأة (اقسام وادارات) من اجل خدمة العميل

٩) ما هي عناصر المزيج التسويقي ؟

- ١) المنتج
- ٢) السعر
- ٣) التوزيع
- ٤) الترويج

١٠) اهداف المنشأة ؟

- ١) تحديد الحاجات
- ٢) رغبات الاسواق المرتقيه
- ١) كيف تتم عملية التبادل الفعليه في النظام التسويقي ؟

- ١) المنشأة
- ٢) معلومات تسويقيه
- ٣) اعداد سلع وخدمات
- ٤) تقديم السلع والخدمات للسوق
- ٥) الاتصالات

١٢) انواع الوسطاء ؟

- ١) الوسطاء التجاريون (تجارة الجملة او تجارة التجزئه)
- ٢) الوكلاء

١٣) المتغيرات البيئيه التي تؤثر على النشاط التسويقي للمنشأة ؟

١) متغيرات مباشرة مثل (العملاء ، الموردين ، الوسطاء ، العاملُين ، الدائنين ، المساهمُين)

٢) متغيرات خارجيه (متغيرات اجتماعية وثقافيه ، متغيرات تشريعيه ، متغيرات اقتصاديه ، متغيرات طبيعيه ، متغيرات منافسيه ، متغيرات التكنولوجيه)

١٤) العوامل الاقتصادية التي يجب على رجال التسوق دراستها؟

١) تحليل الدخل القومي

٢) مستويات الدخل

٣) مستويات العماله والبطالة

٤) الانفاق العام

٥) التضخم

٦) مستويات الاسعار

٧) السياسه النقدية والضريبيه في المجتمع

١٥) ماهي المتغيرات البيئيه الطبيعيه ؟

١) تفرض الموارد الطبيعيه والبشريه وظروف البيئيه نوعا من الفرص و المخاطر التسويقيه

٢) على المنشآت ورجال التسويق تحقيق التوازن بين التضحيات الماليه والبيئيه وارضاء المستهلك

١٦) ماهي عوامل المنافسه ؟

١) مدى ولاء المستهلك للمنشأة او علامتها التجاريه

٢) حجم الاعمال الحالي التي تغطيها المنشأة ومدى تحقيقها لاقتصاديات الحجم الكبير

٣) مدى استطاعة المنشأة القائمة على تحقيق معدلات تكلفة تفاضليه في اسعار مواد الخام وتكنولوجيا والعماله

٤)مدى كفاءة مافذ التوزيع للمنشات القائمه

١٧) كيف يشتري الناس ؟

١) رغبة (٢) القدرة

٣) سلطة (٤) مناخ للتعامل

١٨) ماهي العوامل سيكولوجيه ؟

١) الدوافع

٢) الادراك

٣)التعليم

٤) الشخصيه

٥)الاتجاهات

١٩) ماهي العوامل الاجتماعيه وتأثير الجماعات ؟

١)الثقافة

٢)الطبقة الاجتماعيه

٣)الجماعات المرجعيه

٤)الاسره

٢٠) ماهي المواقف الشرائيه ؟

١) متى

٢) اين

٣) لماذا

٤)ظروف الاسره

٥) من يشتري

٢١) ماهي خطوات القرار الشرائي ؟

١)ادراك الحاجات

٢)المقارنه بين البدائل

٣)القرار الشرائي والقرار الفعلي

٤) ما بعد الشراء

٥) مستوى الرضاء

٢٢) ماهو مدرج ماسلو للحاجات البشريه ؟

- ١) الحاجة الى تحقيق الذات
- ٢) الحاجة الى تحقيق المكانه
- ٣) الحاجة الانتماء
- ٤) الحاجة للامن
- ٥) حاجات فسيولوجيه

٢٣) اهم العوامل التي اظهرتها نظرية ماسلو ؟

- ١) ارتباط سلوك الشراء بدوافع معينه مرتبطة بحاجات انسانية
- ٢) تدرج حاجات الإنسان وتوازنها على أساس أن الدوافع الفسيولوجية تخلق التوازن البيولوجي وباقي الدوافع تخلق التوازن النفسي والاجتماعي لدى الفرد
- ٣) اختلاف الأفراد في وسائل وأساليب إشباع حاجاتهم نظرا لتعدد الحاجات واختلافها

٢٤) ماهي الحاجات البشريّة؟

- ١) حاجات فسيولوجيه
- ٢) حاجات عاطفية
- ٣) حاجات عقلية
- ٤) حاجات روحية

٢٥) ماذايجعلك أيها العميل تتعامل معي دون غيري ؟

- ١) التعامل
- ٢) الموقع
- ٣) سياسات الترويج
- ٤) التشكيلة

٢٦) ماهي انماط السلوك الشرائي ؟

- ١) العادة الشرائيه
- ٢) الولاء للمنتجات
- ٣) الشراء الفوري

٢٧) العادة الشرائيه من الأمور المهمة لما يلي؟

- ١) أن النجاحات السابقة للمنشأة يمكن أن تستمرقي المستقبل
- ٢) أن العادة الشرائية تقلل من الوقت اللازم لاتخاذ القرارات التسويقية
- ٣) العادة الشرائية بالنسبة للعملاء من الأمور ذات الأهمية التي تترك سلوكا يمكن تفسيره
- ٤) أن النجاحات السابقة للعميل يمكن أن تستمر في المستقبل
- ٥) تقليل دورة الوقت اللازم لاتخاذ القرارات الشرائية

٦) تقليل التفكير في الشراء لوجود الحلول المسبقة

٧) إمكانية الرقابة على سلوك العملاء في نظام محدد

٢٨) ماهي العوامل السيكولوجية الموجهة لسلوك المستهلك ؟

١) الإدراك (٢) التعلم

٣) الاتجاهات (٤) الثقافة

٢٩) ماهي العوامل الاجتماعية وتأثير الجماعات في سلوك المستهلك؟

١) الطبقة الاجتماعية (٢) سلوك الجماعة (٣) الدخل

٣٠) خطوات القرار الشرائي لدى المستهلك ؟

١) ما بعد الشراء

٢) القرار الشرائي

٣) تقييم البدائل المتاحة

٤) المقارنه بين البدائل المتاحة

٥) ادراك الحاجة

31) العوامل المؤثرة في توقيت الشراء لدي المشتري الصناعي؟

١) سياسات الشراء والتخزين الخاصة بالمنشأة، وماهية العلاقة بين تكلفة الشراء وتكلفة التخزين، فعادة تسعى المنشآت إلى الشراء بكميات اقتصادية تأخذ في الحسبان إمكانيات المخازن المتاحة وتكلفة التخزين، والتكلفة التي تتحملها المنشأة في تكرار شراء الأصناف

٢) معدلات استخدام الأصناف في المنشأة، ومدى اهمية الصنف بالنسبة للمنشأة، وهل يدخل مباشرة في تكوين المنتج النهائي، وما هي البدائل المتاحة أمام المنشأة؟

٣) الغرض من استخدام الأصناف المشتراة، وهل تعمل المنشأة بنظام الإنتاج المستمر وتحتاج الأصناف باستمرار؟ إذ أن لكل نوعية من الطلبات مواصفات ومواد خاصة يتم شراؤها من السوق

٤) مدى الموسمية في الإنتاج والشراء والتشغيل، وعلاقة ذلك بتوافر الأصناف في السوق بالأسعار المناسبة، ويدخل في ذلك أحوال الطلب والعرض ومن الأصناف المرتبطة بالموسمية المنتجات الزراعية التي يتم شراؤها بكميات كبيرة في موسم توافرها، ثم يتم تخزينها

٥) قدرة المنشأة وإمكانياتها المادية؛ إذ إن الشراء عادة يمثل عبئا على موارد المنشأة، وبالتالي تسعى المنشآت إلى ضمان تلبية الاحتياجات في حدود قدرتها المالية، ووفقا لمدى الانتماء

٣٢) ينقسم المشاركون في قرار الشراء في المنشآت الصناعية والتجارية إلى؟

١) المستخدمون

٢) المؤثرون

٣) المشترون

٤) أصحاب قرار الشراء

٥) صمام الحركة داخل المنشآت

٣٣) ان المشتري الصناعي يشتري السلع والخدمات بثلاثة دوافع رئيسية؟

١) هدف الربحية

٢) تقليل تكاليف الإنتاج إلى أقل حد ممكن

٣) القيام بالمسئوليات الاجتماعية والقانونية

٣٤) أمور يجب معرفتها لتحديد كيفية الشراء لدى المشتري الصناعي؟

أولهما:- نوعية القرارات الشرائية التي يتخذها المشتري الصناعي
ثانيهما:- خطوات تحديد مشتريات المنشأة الصناعية

٣٥) شروط وصفات نوعية القرارات الشرائية؟

- ١) سلعة معينة
- ٢) بمواصفات محددة
- ٣) بكمية معينة
- ٤) بسعر مناسب
- ٥) بجودة مناسبة
- ٦) من مصدر توريد مناسب
- ٧) بمواعيد تسليم مناسبة
- ٨) بشروط دفع مناسبة
- ٩) بشروط خدمة مناسبة

٣٦) خطوات تحديد المشتريات الصناعية لدى المنشأة، فإنها تخضع لمجموعة من الخطوات الهامة في مقدمتها ؟

- ١) تحديد الحاجة إلى السلعة أو الخدمة
- ٢) توصيف الحاجة أي تحديد مواصفاتها وكميتها بشكل كامل
- ٣) إعلام إدارة المشتريات بالحاجة المطلوبة
- ٤) البحث عن مدى توافر الأصناف في السوق بالشروط والمواصفات المطلوبة
- ٥) التعاقد مع المورد، وإصدار أمر الشراء في ضوء الاعتمادات المالية المتاحة
- ٦) استلام وفحص الأصناف الموردة، وتسليمها للمخازن أو الأقسام الإنتاجية المختصة
- ٧) محاسبة المورد عن توريد الأصناف المطلوبة
- ٨) تقييم أداء المنتجات المشتراة، ومدى مواءمتها لتوقعات المنشأة ومواصفاتها المسبقة

٣٧) مواقف القرار الشرائي لدى المشتريين في المنشآت؟

- ١) الشراء لمنتج جديد
- ٢) الشراء الروتيني
- ٣) الشراء المعدل

٣٨) سمات العلامة التجارية الجيدة؟

- ١) ان تكون بسيطة يمكن تذكرها
- ٢) ان تكون متاحة ولم يرقم احد اخر باستخدامها
- ٣) ان تكون مناسبة ومرتبطة بالمنتج
- ٤) ان يكون لها قبول عالمي

٣٩) وظائف العلامة التجارية ؟

- ١) اعطاء الهوية
- ٢) صيغة مختصرة

٣) توفير الضمان

٤) التمييز

٥) قيمة اضافية

٤٠) المدخل الاستراتيجية لتطوير المنتجات ؟

١) اختراق السوق

٢) تنمية السوق

٣) تطوير المنتجات

٤) التنوع

٤١) خطوات تقديم المنتجات الجديدة؟

١) جمع الافكار

٢) تنقية واختيار الافكار

٣) اجراء الدراسات التفصيلية

٤) عداد النماذج المبدئية للمنتج

٥) تصميم المزيج التسويقي

٤٢) دورة حياة المنتجات ؟

١) مرحلة التقديم

٢) مرحلة النمو

٣) مرحلة النضوج

٤) مرحلة الانخفاض

٤٣) استراتيجية الخدمات المساعدة للمنتج ؟

١) الضمان

٢) الخدمة

٣) الائتمان

٤٤) خطوات عملية التسعير ؟

١) تحديد اهداف التسعير

٢) تحديد العوامل المؤثر في التسعير

٣) سياسات التسعير

٤) ردة فعل المستهلكين لسعر السوق

٥) الرقابة والتصحيح لسعر السوق

٤٥) العوامل المؤثرة في تحديد السعر؟

١) الطلب والعرض

٢) عوامل متعلقة بالمنتجات

٣) عوامل متعلقة بالمنتجات

٤) عوامل متعلقة بالسوق او لمنافسة

٤٦) طرق التسعير ؟

١) التسعير على اساس التكلفة

٢) التسعير على اساس نقطة التعادل والارباح المستهدفة

٣) التسعير على اساس القيمة

٤) التسعير على اساس السوق

٤٧) اهداف التسعير ؟

١) التسعير من اجل البقاء

٢) التسعير من اجل زيادة الارباح الحالية

٣) التسعير بهدف زيادة الحصة السوقية

٤) التسعير بهدف الريادة في الجودة

٥) هدف الوضع الراهن للمنافسة الغير سعرية

٤٨) اهمية منافذ التوزيع ؟

١) تحقيق المنفعة

٢) تقليص عدد عمليات الاتصال

٣) تعميق العلاقة في سلسلة التجهيز

٤) المعرفة والمعلومات

٤٩) منافع تحقيق المنفعة التوزيعية ؟

١) المنفعة الزمانية

٢) المنفعة المكانية

٣) منفعة التملك

٥٠) سلسلة التجهيز ؟

١) المورد

٢) المنتج

٣) الموزع

٤) المستهلك

٥١) المستويات الأساسية في عمليات التوزيع؟

١٩

٢) تجار الجملة

٣) تجار التجزئة

٥٢) العوامل المؤثرة على تصميم سياسات التوزيع

خصائص السوق

استراتيجية المزيج التسويقي المستخدمة

طبيعة السلع والخدمات المنتجة

تفضيل المستهلك وسلوكه الشرائي

خصائص السلع المنتجة

الخصائص التنظيمية للمنشأة المنتج

٥٣) أنواع متاجر التجزئة وفقا للمنتجات

١) متاجر التجزئة العامة

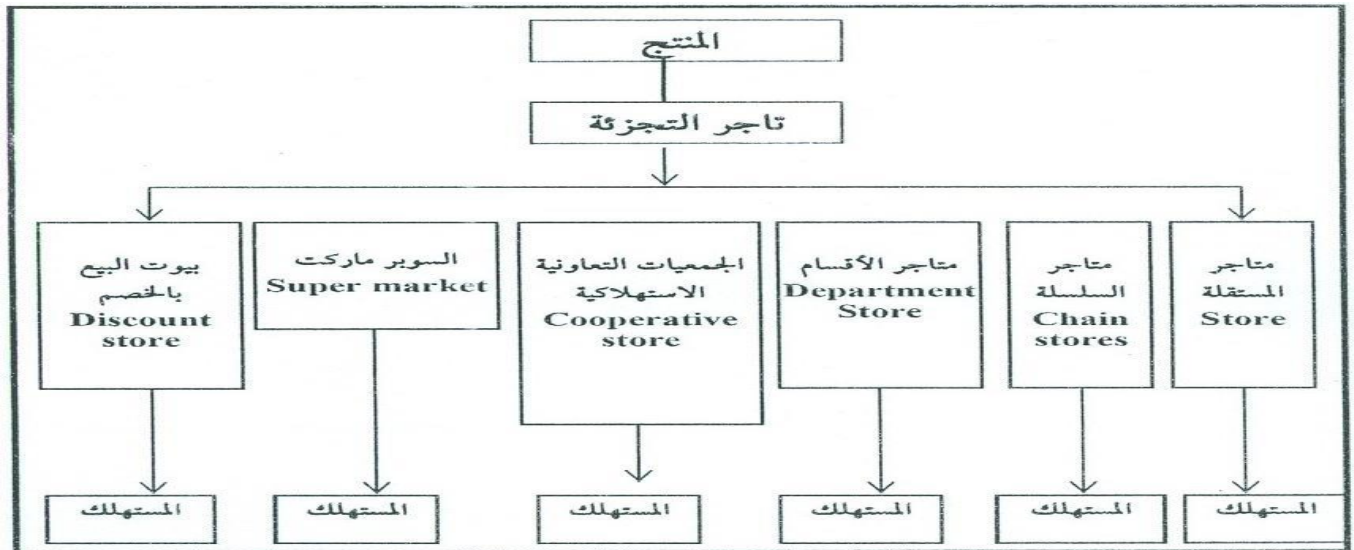
٢) متاجر التجزئة التي تتعامل في مجموعة سلعية واحدة

٣) المتاجر التي تعمل في سلع محددة

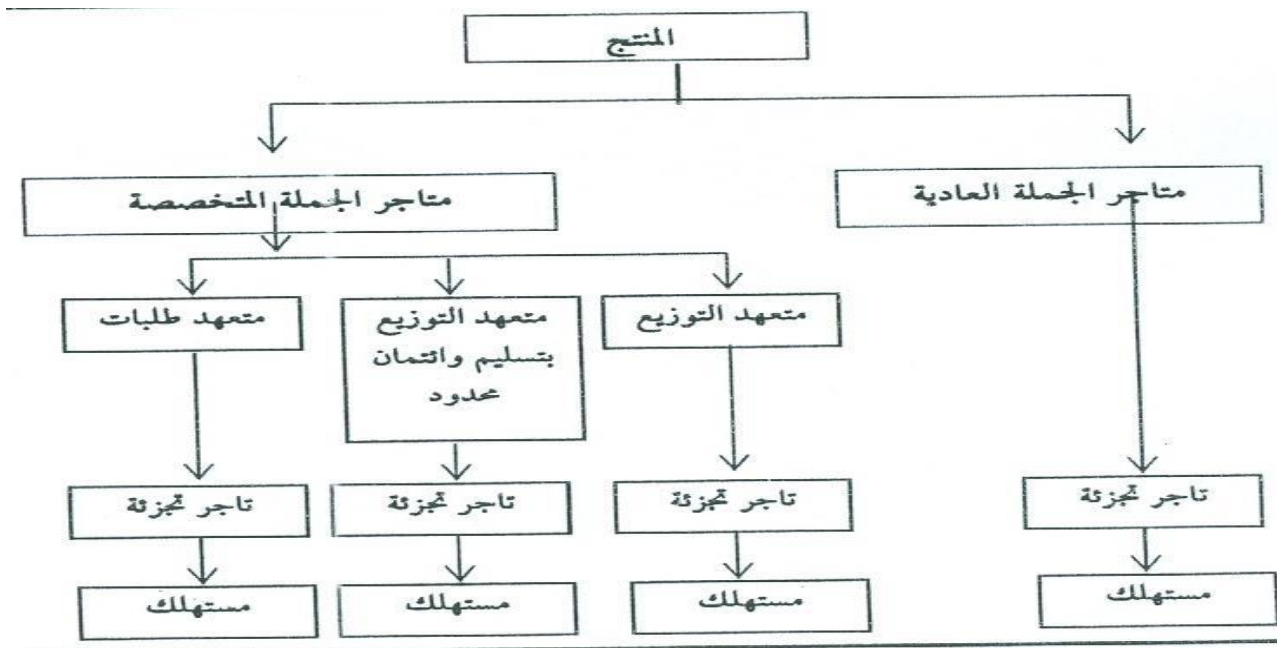
٤) السلعة المستقلة

٥) اتحادات متاجر التجزئة

٥٤) أنواع متاجر التجزئة؟



٥٥) انواع متاجر التجزئة ؟



٥٦) أنواع الوكلاء ؟

السمسار

الموزعون بالعمولة

بيوت المزادات

وكلاء المنتج

وكلاء البيع

٥٧) وظائف التوزيع المادي للنشاطات ؟

معالجة الطلبات

ادارة المخزون

مناولة المواد

المستودعات

نقل المنتجات

٥٨) خطوات البيع الشخصي ؟

البحث عن عملاء

التحضير

الاقناع

المقابلة البيعية

اتمام عملية البيع

٥٩) انواع الكتالوجات ؟

كتالوجات التجرة

كتالوجات البيع بين المنشآت

كتالوجات خطوط المنتجات الكاملة

كتالوجات السلع الخاصة

تنبيه من قبل المشرفة دولي

(أرجوا بعد مذاكرة المنهج كامل لمادة مبادئ التسويق الرجوع الى التلخيصات وبالتوفيق للجميع)

