

الوقت : ثلاثة ساعات

التخصص

التاريخ: / 12 / 2018 م

<u>مبحث مادة إدارة التسويق المتقدم</u>		<u>اجب عن جميع الأسئلة الآتية:</u>
<b>15</b> درجة	<b>السؤال الأول:</b> اجب عما باطي:	<p>1- نشر الابتكار يتمثل في العملية التي يتم من خلالها تحقيق الانتشار لتبني المنتج المبتكر أو المنتج الجديد. وهناك خمس أنواع أو فئات مختلفة من المبتنيين يمكنهم أن يشاركون بالفعل في عملية نشر المنتج المبتكر أو المنتج الجديد. تحدث عن هذه الأنواع أو الفئات.</p> <p>2- قم بشرح الاستراتيجيات التنافسية التي اقترح ما يكل بورتر على المنظمات إتباعها. ثم بين كيف يمكن تطبيق الأنسب منها من قبل مصنع الشركة العربية لصناعة الاسمنت.</p>
<b>15</b> درجة	<b>السؤال الثاني:</b> اجب عما باطي:	<p>1- التسويق الإلكتروني هو عبارة عن الإستراتيجية التي تستخدم في تنظيم طرق تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وذلك من خلال تحويل السوق الافتراضية إلى واقع ملموس. في ضوء ذلك تحدث عن كيفية التسويق عن طريق (محركات البحث، المحتوى، الجوال، الموقع الإلكتروني). ثم قم بتطبيق التسويق عبر هذه الوسائل من أجل تسويق الدراسة في مساق الماجستير في تخصص إدارة الأعمال للعام القادم بجامعة الريان.</p> <p>2- تنظر الشركات العالمية إلى العالم على أنه سوق واحد، الأمر الذي يجعلها تسعى وبكل السبل إلى خدمته والقضاء على أي معوقات تحد من توسعها في السوق العالمي، ولذلك فهي تقوم بالعديد من القرارات التي تساعدها على التسويق العالمي، منها القرارات المتعلقة " بتقرير برنامج التسويق العالمي الذي يتم إتباعه عند الدخول إلى السوق الدولي". تكلم عن ذلك.</p>
<b>15</b> درجة	<b>السؤال الثالث:</b> اجب عما باطي:	<p>1- قام كوتلر بتنمية وتطوير قائمة من المكونات التي تساعد على إجراءات المراجعة التسويقية منها: (مراجعة البيئة التسويقية، ومراجعة الإستراتيجية التسويقية). تكلم عن ذلك.</p> <p>2- يركز التسويق الأخضر على الإبقاء على عناصر الحياة لكل الكائنات والمخلوقات، ويركز أيضاً على الحفاظ على الموارد الطبيعية. تكلم عن أبعاد التسويق الأخضر. وكيف يمكن تطبيق هذه الأبعاد من قبل مصنع المكلا لتعليق الأسماك(الغوبي).</p>
	<b>السؤال الرابع:</b> اجب عما باطي:	<p>1- ماذا يقصد بالاتي (تسويق العلاقة للزيتون، القيمة الزمنية لإبقاء الزيتون، الإيصاد الواسع). وكيف يمكن استخدام هذه المصطلحات بفاعلية من قبل مجمع حضرموت الصناعي.</p> <p>2- إن إدارة العلاقات مع العميل دائماً ما تكون فلسفة وطريقة عمل ذات توجه طويل الأجل، الأمر الذي يدفع المنظمات الناجحة في وقتنا الحاضر إلى عدم قصر جهودها واهتماماتها على مجرد خلق مستهلكين جدد، وإنما التحرك أيضاً في جميع الاتجاهات التي من شأنها أن تؤدي إلى امتلاك واستبقاء هؤلاء المستهلكين إلى الأبد. تكلم عن أدوات بناء العلاقات مع المستهلكين.</p>

مع تمنياتي للجميع بالتوفيق ،،،