

(ثقّف 101)

(ملخص الوحدة الثالثة)

أ/ إبراهيم أمان

اسم الطالب :

الرقم الأكاديمي :

رقم التسلسل :

التوقيع :

تذكر : الكتاب المدرسي هو المرجع الأساسي

الوحدة الثالثة: التسويق

س: عرف السوق او ما هو السوق؟

هو المكان الذي يتم فيه تبادل السلع والخدمات

س: عرف التسويق؟

هو مجموعة من الانشطة التي تكتشف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من المنتجات او الخدمات التي تلبي رغباتهم

س: ما هو الهدف الاساسي من البحوث؟

الهدف هو مساعدة المسوقين في اتخاذ القرارات الفعالة وتخفيض المخاطر بهذه القرارات

س: ما هي بحوث التسويق؟

هي عملية التجميع و التسجيل و التحليل الموضوعي الهادف للحقائق المرتبطة بالاسواق و المنافسين ، و كذلك البحث في مشاكل المزيج السلعي و ترويج و توصيل السلع و الخدمات الى المستهلك او المنتفع النهائي

س: بما تتصف بحوث التسويق ؟

1. الموضوعيه
2. الشمولية
3. الارتباط بالمشاكل الحالية و المستقبلية
4. امكانية ترجمتها الى معلومات تتم الاستفادة منها

س: ما هو المزيج التسويقي؟

هو مجموعة من التغيرات المرتبطة بالبيئة الخارجية للمنشآت والتي يمكن التحكم فيها وادارتها بواسطة قسم التسويق

س: عدد عناصر المزيج التسويقي؟

1. السلعة

2. السعر

3. الترويج

4. المكان

س: عرف السلعة؟ و على ماذا يشمل هذا العنصر من قرارات؟

السلعة: هي عبارة عن مجموعة من الخصائص الملموسة و غير الملموسة مثل اللون، التغليف، الشركة المنتجة، العلامة التجارية

يشمل على القرارات الآتية:

1. تخطيط السلعة 2. تمييز السلعة 3. تغليف السلعة 4. الخدمة

س: عرف السعر؟ و على ماذا يشمل هذا العنصر من قرارات؟

السعر: هو عبارة عن القيمة النقدية لوحدة سلعة او خدمة

و يشمل على القرارات الآتية:

1. مستويات الاسعار 2. سياسات الاسعار

3. هامش الربح للشركة، و هامش الربح للوسطاء و الموزعين

س: عرف الترويج؟ و على ماذا يشمل هذا العنصر من قرارات؟

الترويج: هو خواص تحتاج لجهد يقبلة رجل البيع و جهاً لوجه مع المشتري الصناعي المحتمل

و يشمل على القرارات الآتية:

1. الاعلان
2. البيع الشخصي
3. ترويج المبيعات
4. النشر

س: عرف المكان؟ و على ماذا يشمل هذا العنصر من قرارات؟

المكان: هو اختيار قنوات التوزيع التي تناسب الاستراتيجية

و يشمل على القرارات الآتية:

1. منافذ التوزيع
2. التوزيع المادي

س: ما المقصود بتجزئة السوق؟ التعريف؟

المقصود هو بتجزئة السوق هو تقسيمة الى مجموعة من الاسواق الفرعية لكل منها خصائص مميزة، أي تقسيم السوق الكلي الى قطاعات و مجموعات متجانسة من المستهلكين تعرف باسم القطاعات السوقيه و العمل على اشباع احتياجات كل قطاع سوقي او سوق فرعي بحسب خصائصه المميزة

س: اذكر 3 فوائد لتجزئة السوق او ما هي المميزات التي تجنيها المنشأة من تجزئة السوق؟

1. تؤدي الى تحديد الاهداف التسويقية بأكثر دقة
2. تساعد الادارة على معرفة اماكن الضعف والقوة لدى المنافسين
3. تقدم لنا تعريفاً اكثر دقة للسوق من حيث رغبات المستهلكين و حاجاتهم

س: اذكر 3 أهداف من تجزئة السوق؟

1. تجميع المستهلكين المتشابهين في مكان واحد
2. تخفيض التكاليف التسويقية
3. معرفة اجزاء السوق ذات الربحية الافضل

س: اذكر طرائق تجزئة السوق ؟

1. الفئات العمرية : اطفال ، شباب ، كبار
 2. الجنس : ذكور ، اناث
 3. المنطقة : حارة ، باردة ، معتدلة ، زراعية ، صناعية
 4. الانواع : اختلاف المهن ، الثقافات ، الهوايات
- للمستهلكين الذين يعيشون في مناطق مختلفة من البلاد سيكون لديهم اذواق و احتياجات مختلفة ((القرى ، المدن))

س: عرف حماية المستهلك او ما المقصود بحماية المستهلك؟

هي الجهود التي تبذلها المنظمات المعنية لتعريف المستهلك بحقوقه عن طريق استصدار تشريعات تحمي هذه الحقوق سواء فرد او جماعة

س: عدد محاور سياسة المستهلك ؟

1. وجود منظومة من الاجهزة الرقابية تضمن سلامة المعروض من السلع
2. تحقيق حماية فعالة لحقوق المستهلك
3. منح الصلاحيات اللازمة للمؤسسات و التنظيمات لتي تهدف الى حماية المستهلك
4. ضرورة نشر ثقافة المستهلك و توعية المواطنين بحقوقهم من خلال التعاون مؤسسات المجتمع المدني

س: ما المقصود بالتجارة الالكترونية؟

هي تنفيذ الأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع و الخدمات و ادارتها بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت او الانظمة التقنية المشابهه

س: ما هي الادوات التي يجب توافرها ليتمكن المستهلك من استخدام الانترنت للبيع والشراء؟

جهاز كمبيوتر ومستعرض الانترنت واشترارك بالانترنت ووجود وسيلة دفع مناسبة

س: ما هي اشكال التجارة الالكترونية؟

1. عرض السلع والخدمات عبر الانترنت
2. اجراء البيع مع عمليات الدفع النقدي او بالبطاقات الائتمانية
3. انشاء متاجر افتراضية على الانترنت
4. ممارسة الخدمات المالية وخدمات النقل والشحن وغيرها عبر الانترنت

س: ما هي مميزات التجارة الالكترونية؟

1. انخفاض التكلفة : حيث أن :
 - * البيع عبر الانترنت لا يتطلب مادياً لوجوده
 - * البيع عبر الانترنت يتطلب عدداً اقل من البائعين
 - * البيع عبر الانترنت لا يتطلب مستودعاً يعتمد على تلبية الطلبات حسب الطلب
2. الانتشار الاوسع : حيث ان ممارسة البيع ليست محدودة بمكان او زمان
3. الخيارات الاكثر : حيث ان حجم الخيارات يستطيع البائع توفيرها للمشتري
4. الفرصة الاكبر : حيث انه يوفر فرصة لصغار المستثمرين

س: ما هي معوقات او عيوب التجارة الالكترونية؟

1. الامان : احتمالية الغش الالكتروني
2. انتشار الانترنت : اعداد المستخدمين قليل
3. الثقة : ما زال يشك الكثير من الباعين و المشترين في جدوى البيع و الشراء عبر الانترنت
4. وسائل الدفع : تفتقد الكثير من المواقع لوسائل الدفع المناسبة للعملاء مثلاً بعض المواقع الدفع عن طريق بطاقات الائتمان او الشيكات التي لا تناسب فئه عمرية كثيرة عند رغبتهم بالشراء عبر الانترنت
5. طبيعة المنتجات المبيعه : في بعض المنتجات يفضل المشتري ان يرى السلعة ذاتها بعينه المجردة لان لا يراها بالصور او الفيديو من خلال الانترنت
6. الحماية القانونية : ما زالت التشريعات القانونية للتجارة عبر الانترنت في مراحلها الاولى مما يمثل عائقاً اساسياً امام هذا النوع من التجارة

س: اذكر بعض اشكال البيع و الشراء عبر الانترنت ؟

1. مواقع الانترنت :
حيث يقوم البائع (الشركة) بانشاء موقع خاص على الانترنت يضع فيه اصناف المنتجات و الخدمات و يقوم المشتري بالدفع من خلال و سائل الدفع الالكتروني (بطاقات الائتمان) او الطريقة التقليدية (الحوالات و الشيكات) ثم يستقبل المشتري طلبيته عبر البريد او من خلال شركات النقل المتخصصة
2. البيع عبر المزادات الالكترونية :
حيث يستطيع اي فرد او شركة وضع منجاته و خدماته في المزادات الالكترونية و يقوم المشترون بالمزايدة عليها و يفوز صاحب العرض الاعلى

اختبر نفسك

#	التعريف - المفهوم	المصطلح
1	هو مجموعة من العمليات أو الأنشطة التي تعمل على اكتشاف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من المنتجات أو الخدمات التي تشبع رغبات المستهلكين.	
2		السوق
3	هي عملية التجميع والتسجيل والتحليل الموضوعي للهادف للحقائق المرتبطة بالأسواق والمنافسين وكذلك البحث في مشاكل المزيج السلعي وترويج وتوصيل المنتجات إلى المستهلك النهائي.	
4	هو خليط من العناصر التسويقية التي يمكن التحكم فيها لتحقيق أهداف المنشأة التسويقية ويرمز لها 4Ps.	
5	هي عبارة عن مجموعة من الخصائص الملموسة وغير الملموسة والتي تشبع حاجات المشتري.	
6	هو عبارة عن القيمة النقدية لوحد من السلعة أو الخدمة.	
7	هو تحقيق الإتصال الإقناعي مع المستهلكين ويضم الإعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، والنشر.	
8	هو عملية نقل المنتج من مصادر إنتاجه إلى أماكن إستهلاكه أو إستعماله.	
9	هي عملية تقسيم السوق إلى أسواق فرعية، لكل منها خصائص مميزة تعرف بإسم (القطاعات السوقية).	
#	التعريف - المفهوم	المصطلح
1	هي الجهود التي تبذلها المنظمات المعنية لتعريف المستهلك بحقوقه والتشريعات التي تحميه.	
2		التجارة الإلكترونية