

<p>كلية العلوم و الدراسات الإنسانية برماح قسم إدارة الأعمال College of Sciences and Humanities Rimah Business Administration Department</p>	 <p>جامعة المجمعة Majmaah University</p>	<p>وزارة التعليم العالي جامعة المجمعة Ministry of Higher Education Majmaah University</p>
---	---	---

واجب رقم 1

مقرر إدارة التسويق (دار 241)

155	الشعبة
1436/05/08	التاريخ
04	عدد الصفحات
.....	اسم الطالب

1. بين في مدى صحة أو خطأ كل عبارة يأتي

- التسويق يحقق المنافع المختلفة لكل من المنتجين والعملاء.

.....

.....

- اقتصرت عمليات التسويق في مرحلة التوجيه بالإنتاج على أنشطة الترويج المختلفة.

.....

.....

- تركزت معظم مجهودات المنظمات في العمليات الإنتاجية ومشكلاتها في مرحلة التوجيه بالمبيعات.

.....

.....

- يشتمل التسويق على كافة أنواع المنتجات المادية فقط

.....

.....

- توجد العديد من المتغيرات البيئية التي تؤثر في النشاط التسويقي.

.....

.....

- يمكن أن تتم عملية التبادل بين طرفين على الأكثر هما البائع والمشتري.

2. أختَر الإجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية

(1) يعد التسويق الحلقة :

أ الأولى في نشاط الأعمال

ب الأخيرة في نشاط الأعمال

ج المهمة في نشاط الأعمال

د كل ما سبق

(2) السوق يعد كما يعرفه العاملون في قطاع التسويق :

أ المكان الذي يتم فيه تبادل السلع والخدمات

ب مجموعة العملاء الموجودين في مكان

ج مجموعة الرغبات للمنظمات في منطقة ما

د مجموعة الأفراد والمنظمات الحاليين والمرتبين لسلع وخدمات المنظمة.

(3) أي من الخطوات التالية لا يعد أساسية في العملية الإدارية في التسويق:

أ التوجه بالمنتج

ب تحليل السوق البيئية

ج الرقابة والتخطيط

د تنفيذ الخطط التسويقية

(4) المزيج التسويقي يتضمن كل ما يلي ما عدا:

أ التمويل

ب إدارة المنتجات

ج الترويج

د السعر

(5) يهتم التوزيع بما يلي ما عدا:

أ الجودة

ب الوسطاء والمواقع

ج علاقات التوزيع

د مستويات المخزون والنقل

(6) سميت المرحلة الأولى في مرحلة الفكر التسويقي التوجيه بالإننتاج لأنها:

أ أوضحت الحاجة إلى بيع السلع التي سبق إنتاجها.

ب ركزت على تحسين الإنتاج.

ج نظرا للاهتمام بوظيفة الإنتاج.

د نتيجة للاهتمام بوظيفة البيع.

(7) من الأنشطة التي يشملها التسويق:

أ – تسعير وتوزيع المنتجات.

ب- إقامة علاقات ذات اتجاه واحد.

ج- خلق المنافع المكانية فقط.

د – خلق رضاء من طرف واحد.

(8) أن عملية تبادل المنتجات تشمل:

أ – البائع والمشتري فقط.

ب- البائع والمشتري وأطراف أخرى.

ج- تحقيق التوازن بين أطراف التبادل.

د – تحقيق الإشباع لحاجات ورغبات أطراف التبادل.

حالة عملية رقم 1

ماكدونالدز تواجه تحديات البيئة وتحولها إلى فرص تسويقية

واجهت شركة ماكدونالدز McDonalds في بداية التسعينات انخفاضا في المبيعات 3% فضلا عن انخفاض الأرباح بنسبة 7% حيث أجبرت المنافسة الشركة إلى تقديم أسعار أقل .

وقد أكدت الدراسات الاستطلاعية أن السبب الرئيس لفقدان الشركة لجزء من حصتها التسويقية إلى عدم تجاوب الشركة مع المتغيرات البيئية فقد اغفلت الشركة أن جزءاً من عملائها قد أصبح له اهتمامات خاصة بالصحة ، وبدأ المستهلك في إعادة النظر في التعامل مع الشركة خوفاً من العبوات البلاستيكية ، ومن نسبة الدهون في الهامبورجر، وانخفاض القيمة الغذائية ، وبدأت الشركة في مواجهة مع جمعيات حماية المستهلك ، وجماعات حماية البيئة ، حتى أطلق عليها بعض الخبراء شركة McStruggle .

وشركة ماكدونالدز من الشركات التي لا تعرف القرارات السريعة ، لذا سعت إلى تحويل ما تتعرض له من مخاطر وتهديدات Threats إلى فرص جديدة Opportunities وقد وضعت الشركة هدفاً في إعادة النظر في مركزها التسويقي لتكون متفرقة في مجال التغذية وحماية البيئة ، وقد بدأت الشركة خطة التغيير عام 1987 ، فقد صدرت الأوامر إلى الموردين لتخفيض وزن العبوات ، وتقديم عبوات من مواد لا يمكن إعادة تشغيلها مرة أخرى Recycled ، والحرص على طبع كلمة recycled paper أي ورق يمكن إعادة تشغيله ، وقد انفقت الشركة نحو 100 مليون دولار في حملة واحدة سنويا لشراء مواد يمكن إعادة تشغيلها في إعادة بناء مجموعة من مطاعمها .

وفي يوم الأرض Earth day عام 1990 قدمت الشركة دعماً لجمعيات البيئة ونشرت تحت برنامج خاص بها أسماء وكيفية الاتصال بنحو 800 مؤسسة من التي تقوم بإعادة تشغيل المواد ... ولم يقتصر الأمر عند هذا الحد بل قامت الشركة بالحد من اللحوم الدسمة ، وبدأت في الاعتماد وبنسبة 100% على الزيوت النباتية حفاظاً على صحة العملاء ، وقامت بإضافة مجموعة من الأغذية الصحية لوجباتها ووضعت تفاصيل للقيمة الغذائية لوجباتها بشكل ظاهر في كافة المطاعم الخاصة بها .

ورغم كل هذه الجهود لم تتجح شركة ماكدونالدز في تغيير الانطباع ، لذا ضاعفت خطواتها بدءاً من نهاية عام 1990 عندما قللت بشكل مباشر من استخدام عبوات البوليستر ، وقدمت هامبورجر خالي الدسم بنسبة 91% باسم McLean Deluxe .. وأصبحت الشركة إحدى رعاة حماية البيئة وقامت الشركة بتمويل مجموعة من البحوث البيئية ، والمساهمة في صندوق لدعم الحفاظ على البيئة .

وقد أوضح بحث أجراه معهد جالوب (من أكبر مؤسسات دراسة الرأي العام في الولايات المتحدة) أن 67% من المستقسين منهم يرون أن شركة ماكدونالدز من الشركات المهتمة بالبيئة بشكل مباشر .

الأسئلة :

1. حدد أبرز التغيرات التي حدثت في البيئة الخارجية لشركة McDonalds.
2. كيف أثرت هذه التغيرات على المزيج التسويقي لـ McDonalds ؟