

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية، سنة ثالثة تسويق
أستاذة المقياس: أ.د. إيمان بن زيان

الاجابة النموذجية لامتحان مقياس الاتصال دراسة حالة مؤسسة SIM

1. تحليل الوضعية (10.5 نقاط):

- **السوق**
 - الفرص: لا توجد معلومات عنها.
 - التهديدات: منافسة قوية، اهتمام معظم الجزائريين بالسلع المستوردة
- **المؤسسة**
 - نقاط القوة: مؤسسة SIM واحدة من أكبر المؤسسات وأبرزها على الساحة الاقتصادية الوطنية التابعة للقطاع الخاص متخصصة في صناعة كل أنواع العجائن والمصبرات. تتميز بتنوع منتجاتها. من قيمها تقديم منتجات ذات جودة عالية، تشجيع الإبداع والابتكار
 - نقاط الضعف: لا توجد معلومات عنها
- **المنتج: مؤسسة SIM واحدة من أكبر المؤسسات وأبرزها على الساحة الاقتصادية الوطنية التابعة للقطاع الخاص متخصصة في صناعة كل أنواع العجائن والمصبرات. تتميز بتنوع منتجاتها. من قيمها تقديم منتجات ذات جودة عالية، تشجيع الإبداع والابتكار.**
- **المنافسة: كوكا كولا بالنسبة للمشروبات الغازية، عمر بن عمر بالنسبة للمصبرات.**
- **المستهلك: الأفراد.**
- **الاستراتيجية الاتصالية السابقة: الرعاية، الإعلان عن طريق اللافتات واللوحات، الاعلان في التلفاز والاذاعة.**
- **الاشكالية: وضع استراتيجية اتصالية قوية للمؤسسة.**

2. الحملة الاتصالية (9.5 نقاط):

- **الأهداف التسويقية: الريادة في السوق، رفع الحصة السوقية، زيادة عدد الزبائن، زيادة مبيعاتها**
- **الأهداف الاتصالية: ولاء الزبائن**
- **ال جماهير المستهدفة: المؤسسات التوزيعية، المطاعم**
- **العوائق: العوائق المالية: لا توجد معلومات عن الميزانية.**
- **العوائق القانونية: لا توجد عوائق قانونية.**
- **الوسائل الاعلامية: الاذاعة (يتطلب هذا النوع من المنتجات الصورة).**

▪ برنامج الحملة الاتصالية.

الميزانية	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	الوسيلة الاعلامية
								×	×				التلفاز
								×	×				الصحف والمجلات
						×	×						تنشيط المبيعات
								×	×				السينما
						×	×						التسويق المباشر
								×	×				الأنترنت
								×	×				اللوحات واللافتات الاعلانية
	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	العلاقات العامة
	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	الرعاية
						×	×						اعلان في المحلات
	حسب برنامج المعرض أو الصالون												المعارض والصالونات

▪ خاتمة.