

السؤال الأول (03 نقاط)

قدم تعريفا موجزا لكل من المصطلحات التالية:

- العلامة التجارية: وهي أي شيء يعرف منتجات المؤسسة عن المنافسين والتي تتكون من شق منطوق (اسم، كلمة، حرف) وشق غير منطوق (رسم، تصميم).
- سياسة التبيين: هي تعريف وإرشاد المستهلك بطريقة استخدام المنتج، مكونات المنتج، تاريخ الإنتاج، مدة الصلاحية، البلد المنشأ.... وغيرها من البنود التي يجب أن تراعيها المنظمة.
- البيع الشخصي: وهو عبارة عن تقديم شخصي وشفهي للمنتجات بهدف إقناع المستهلك باتخاذ قرار الشراء.
- التحالف الاستراتيجي: وهو سعي شركتين أو أكثر نحو تكوين علاقة تكاملية تبادلية.
- سياسة التسعير: وهي العملية التي تقوم فيها المؤسسة بإعطاء قيمة لسلعة أو خدمة معينة يتم التعبير عليها بشكل نقدي.
- مجموعة BRICS: هي عبارة عن تكتل سياسي واقتصادي عالمي بارز يضم كل من البرازيل، روسيا، الهند، الصين وجنوب إفريقيا أين يحصل أعضائها على مجموعة من الامتيازات المتبادلة.

السؤال الثاني (نقطتان)

أجب بصحيح أو خطأ أمام كل عبارة:

- لا يختلف مفهوم التسويق الدولي عن المحلي من ناحية الأنشطة بل يختلف في الكيفية الممارس بها. (صحيح)
- تقتصر فائدة الاستيراد على كونه طريقة للحصول على منتجات بتكلفة أرخص من إنتاجها محليا. (خطأ)
- المؤسسات الفعالة هي مؤسسات التي تقوم بتغيير سياساتها وإستراتيجيتها وفقا لتغيرات البيئة. (خطأ)
- اختلاف عادات المستهلك هي من العوامل المشجعة على سياسة التوحيد. (خطأ)

السؤال الثالث (03 نقاط)

- تعد أزمة النفط العالمية (1973-1979) وما شهدته من مختلف الأحداث من أهم المحطات التي ساهمت في تغيير الموازين الاقتصادية وتطور التسويق الدولي من التخطيطات والممارسات المحلية إلى الممارسات الدولية.
- استنادا إلى ما تلقينته في المحاضرات، واعتمادا على مكتسباتك القبلية، حلل.

التحليل:

ازدادت أهمية النفط الاستراتيجية والسياسية بعد الحرب العالمية الأولى والثانية بسبب الاستعمال الجديد له في المجال الصناعي والعسكري، أين أصبحت المناطق الغنية بالنفط تحتل الصدارة في العلاقات الدولية، وخصوصا عندما قرر العرب استخدام سلاح النفط لتعلن بداية الأزمة، لتشهد بعض الدول وعلى رأسها و م أ نقصا حادا في مواد الطاقة لتتجه إلى التقنين بتسريح العمال، ورفع أسعار السلع وعجز في الميزان التجاري، كما شهدت الدول الأوروبية أزمة حادة في الطاقة حيث توقفت المصانع وشلت حركة النقل، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار السلع وانخفاض قيمة عملاتها أين شهدت مرحلة التضخم وانتشار البطالة، انتقلت الأزمة إلى اليابان والدول النامية وذلك بسبب تراجع الدول الصناعية بالطلب على المواد الأولية وارتفاع أسعار النفط، كما برزت دول صناعية جديدة في الأفق مثل سنغافورة وكوريا الجنوبية، إلى غاية الأزمة الثانية التي قلبت الموازين لصالح البلدان المستهلكة للنفط، أين أصبحت السيطرة على النفط تعني ضمان استمرار عمل الآلة الصناعية والعسكرية معا أي ضمان الرخاء والقوة.

السؤال الرابع (06 نقاط)

تعد **NIKE** واحدة من أكثر العلامات التجارية شهرة في العالم، أين بلغت قيمة رأسمال علامتها ما يقارب **42.5** مليار دولار العام الماضي. تتمتع الشركة بقاعدة ضخمة من المستهلكين، وذلك بسبب بمنتجاتها المتنوعة عالية الجودة والتي ينصب تركيزها على التحسين من الأداء الرياضي، حيث يتم تصنيعها عبر دول أجنبية مختلفة بهدف الحصول على تكلفة تصنيع منخفضة وذلك بالاعتماد على فريق من المحترفين، إلا أنها قد تميزت بارتفاع أسعارها نتيجة جودتها مما مكن الشركة من تحقيق توقع إيجابي في ذهن المستهلك (إمكانية التعرف عليها بمجرد رؤية شعار علامتها التجارية). تحاول شركة **NIKE** الحفاظ على ريادتها وسط سوق تنافسية شرسة مليئة بمختلف أنواع المنافسين (علامات قوية ، علامات ناشئة)، وذلك راجع لقوة حملاتها الترويجية التي ساهمت في زيادة حصتها السوقية سنة **2022** لتستحوذ على ما يقرب **39%** من سوق الأحذية الرياضية و **13%** من سوق الملابس الرياضية العالمية وذلك بعد الانهيار الذي عاشته نتيجة الوباء الذي اكتسح العالم. تتوزع فروع **NIKE** خارج الولايات المتحدة بالصين، فيتنام، تايلاند وإندونيسيا...، إلا أن **42%** من الإيرادات المحققة تأتي من السوق الأمريكية مما يجعله المصدر الرئيسي لدخل الشركة. ولزيادة مصداقيتها عالميا قامت الشركة بقطع أغلب علاقاتها مع أكبر تجار التجزئة متعددي العلامات التجارية، ورغم هذا النجاح العالمي إلا أنها قد عانت من بعض العوائق كالعلامات المقلدة المنخفضة السعر والجودة والتي أثرت على سمعة الشركة وعلامتها، إلى جانب الديون طويلة الأجل التي أثقلت كاهلها، بالإضافة إلى تعرضها لانتقادات شرسة لتواجه تحديات قانونية مختلفة بشأن ظروف العمل السيئة، العمل الجبري، عمالة الأطفال والأجور المنخفضة، التمييز بين الموظفين، انتهاك قانون المساواة بين الأجور...، مما أدى إلى مقاطعة بعض المستهلكين لمنتجات الشركة والتأثير سلبا على صورتها الذهنية لديهم.

- اعتمادا على السند أعلاه، قم بصياغة تحليل SWOT لشركة **NIKE**.

تحليل البيئة الداخلية

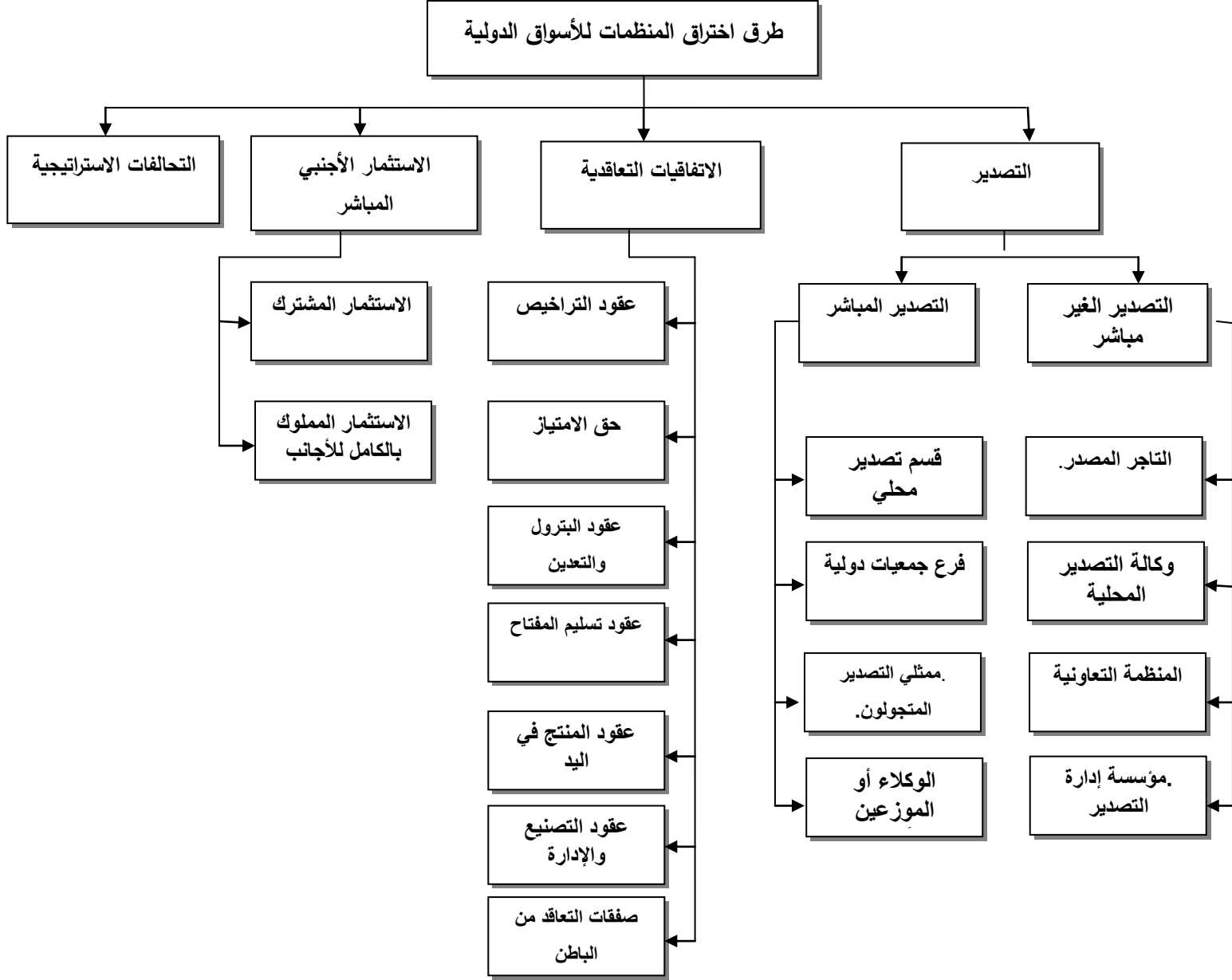
نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - أكثر العلامات التجارية شهرة في العالم - بلغت قيمة رأسمال علامتها ما يقارب 42.5 مليار دولار - تتمتع الشركة بقاعدة ضخمة من المستهلكين - تتميز بمنتجات متنوعة عالية الجودة - يتم تصنيعها عبر دول أجنبية مختلفة (قنوات توزيع) - تعتمد على فريق من المحترفين - قوة الحملات الترويجية 	<ul style="list-style-type: none"> - ارتفاع أسعار منتجات الشركة. - يتم تصنيعها عبر دول أجنبية مختلفة (وجود صراعات سياسية بين أمريكا وبعض هذه الدول الآن) - تحرص للحصول على تكلفة تصنيع منخفضة (ما دفعها لتوظيف الأطفال وتوفير ظروف سيئة للعمل لدى موظفيها...)

تحليل البيئة الخارجية

الفرص:	التحديات:
<ul style="list-style-type: none"> - زيادة الحصة السوقية سنة 2022 لتستحوذ على ما يقرب 39% من سوق الأحذية الرياضية و 13% من سوق الملابس الرياضية العالمية - تنوع فروع NIKE خارج الولايات المتحدة بالصين، فيتنام، تايلاند واندونيسا - قطع أغلب علاقات الشركة مع أكبر تجار التجزئة متعددي العلامات التجارية - تحقيق توقع إيجابي في ذهن المستهلك (إمكانية التعرف عليها بمجرد رؤية شعار علامتها التجارية) 	<ul style="list-style-type: none"> - سوق تنافسية شرسة مليئة بمختلف أنواع المنافسين (علامات قوية ، علامات ناشئة) - الوباء الذي اكتسح العالم (اللا استقرار) - السوق الأمريكية هي المصدر الرئيسي لدخل الشركة - عانت الشركة من بعض العوائق كالعلاقات المقلدة المنخفضة السعر والجودة والتي أثرت على سمعة الشركة وعلامتها - الديون طويلة الأجل - تعرضها لانتقادات شرسة لتواجه تحديات قانونية مختلفة بشأن ظروف العمل السيئة، العمل الجبري، عمالة الأطفال والأجور المنخفضة، التمييز بين الموظفين، انتهاك قانون المساواة بين الأجور.... - مقاطعة بعض المستهلكين لمنتجات الشركة والتأثير سلبا على

السؤال الخامس (06 نقاط)

أعد رسم المخطط على ورقة الإجابة ثم أكمل ملئ الفراغ بما يناسب.



مع تمنياتي لكم بالتوفيق

أ.لخذاري. حسناء