

امتحان الدورة العادية لطلبة المعيدين في مقياس: بحوث التسويق

الأسئلة

السؤال الأول: يعتبر بحوث التسويق علم وفن في آن واحد لأنها:

- بحوث التسويق علم: تعبر بحوث التسويق علم لأنها تعتمد على المبادئ و الأسلوب والطريقة العلمية في تشخيص المشاكل التسويقية واتخاذ القرارات التسويقية بطريقة علمية. (2ن)

- بحوث التسويق فن: تعبر بحوث التسويق فن لأنها تعتمد على مهارات وخبرات وكفاءات رجال التسويق في دراسة تشخيص المشاكل التسويقية واتخاذ القرارات التسويقية المناسبة. (2ن)

السؤال الثاني: الفرق بين بحوث السوق وبحوث التسويق:

نجد في الكثير من يعتبر ان بحوث التسويق وبحوث السوق نفس المصطلح ويستخدمان في مواقع مختلفة على نفس الاساس، ولكن هذا خاطئ.

1. بحوث السوق: تهتم بحوث السوق بدراسة وقياس وتحليل الأسواق، بينما بحوث التسويق تكون موجهة بدراسة كل العوامل والمتغيرات المرتبطة بتسويق السلع والخدمات بما في ذلك فعالية الإعلان، وقنوات التوزيع والمنتجات المتنافسة والسياسات التسويقية، وكل ما يتعلق بسلوك المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي على حد سواء وذلك على أسس علمية. (2ن)

2. بحوث التسويق: فبحوث التسويق أكثر شمولاً من بحوث السوق التي تتعلق فقط وبصفة مباشرة بالتعرف على المعلومات الخاصة بالسوق، أما بحوث التسويق تشمل نواحي عديدة مثل وظائف التسويق، تمويل التسويق، تخطيط المنتجات، تخطيط التسويق، إدارة التسويق... الخ، ويمكن القول إن بحوث السوق جزء من بحوث التسويق. (2ن)

السؤال الثالث: أدوار ووظائف بحوث التسويق في منظمات الاعمال: تلعب بحوث التسويق ثلاثة ادوار وظيفية هامة وهي: (4ن)

- الوظيفة الوصفية: وتشمل جمع وتقديم حقائق معينة عن الأوضاع الحالية للسوق، للسلعة، للمنافسين، اتجاهات المستهلكين... الخ.

- الوظيفة التشخيصية: وتتضمن تفسير وشرح البيانات التي تم جمعها من خلال بحوث التسويق، فهي تقدم إجابات للعديد من الأسئلة المطروحة أمام رجل التسويق.

- الوظيفة التنبؤية: وهي تعني كيف يمكن للباحث أو المختص في نشاط التسويق استخدام البحوث الوصفية والشخصية للتنبؤ بالنتائج المترتبة على اتخاذ القرارات التسويقية المخططة.

السؤال الرابع: يمر إجراء البحث التسويقي بخمسة مراحل وهي: (5ن)

الخطوة الأولى: تحديد المشكلة وأهداف البحث مع الشرح

الخطوة الثانية: تصميم مشروع البحث (تشكيل الفرضيات، تصميم عينة الدراسة) مع الشرح

الخطوة الثالثة: جمع البيانات: (البيانات الثانوية، البيانات الأولية) مع الشرح

الخطوة الرابعة: تحليل البيانات وتحويلها إلى معلومات مع الشرح

الخطوة الخامسة: اعداد التقرير النهائي والنتائج والتوصيات مع الشرح

السؤال الخامس: علاقة بحوث التسويق بنظام المعلومات التسويقية والقرارات التسويقية: (3ن)

علاقة بحوث التسويق بنظام المعلومات التسويقية:

يتكون نظام المعلومات التسويقية من ثلاثة أجزاء رئيسية تتمثل في المدخلات، عمليات التشغيل، والمخرجات، وتتكون المدخلات الأساسية لنظام المعلومات التسويقية من السجلات والتقارير الداخلية، والاستخبارات التسويقية، وبحوث التسويق، ومن ثم فهناك علاقة وطيدة بين نظام المعلومات التسويقية وبحوث التسويق فهي جزء من نظام المعلومات التسويقية.

علاقة بحوث التسويق بالقرارات التسويقية:

بما أن عملية اتخاذ القرار من أهم المهام الملقاة على عاتق الإدارة لكونها تتعلق المستقبل وتؤثر عليها مجموعة من العوامل الغير مستقرة وسريعة التغير، مما يجعل مهمة بحوث التسويق في الوقت الحاضر من المهام الصعبة، لأن بحوث التسويق تلعب دورا حيويا في مجال الأعمال وبالذات في تمكين المدراء من اتخاذ قرارات تسويقية ناجحة مبنية على المعرفة والدراية فصناع القرار التسويقي يعتمدون بشكل متزايد على المعلومات التي توفرها بحوث التسويق لدعم عملية اتخاذ القرار، لأن بحوث التسويق تقلص مستوى المخاطرة في اتخاذ القرار الخاطيء من خلال توفير البيانات والمعلومات لتلبية احتياجات الزبائن والسوق والإدارة حتى تتمكن من تخطيط سياستها التسويقية واتخاذ أفضل القرارات.