

الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس الرقابة التسويقية (2024-2025)

السؤال الأول: أجب بصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ إن وجد.....(6)

الإدارة المسؤولة عن الرقابة على الخطة السنوية هي إدارة التسويق	<input type="checkbox"/> صحيح	<input checked="" type="checkbox"/> خطأ	الإدارة المسؤولة هي الإدارة العليا والتسويقية والإدارة الوسطى
يكون الزبون غير راضي عندما يكون الأداء أكبر من التوقعات	<input type="checkbox"/> صحيح	<input checked="" type="checkbox"/> خطأ	يكون الزبون غير راضي عندما يكون الأداء <u>أصغر</u> من التوقعات
تكون KPI أكثر تحديدا وCSF أكثر مرونة	<input checked="" type="checkbox"/> صحيح	<input type="checkbox"/> خطأ	
تكاليف الإعلان، تكاليف التغليف، تكاليف الشحن وتكاليف التخزين هي تكاليف تسويقية ثابتة	<input type="checkbox"/> صحيح	<input checked="" type="checkbox"/> خطأ	تكاليف الإعلان، تكاليف التغليف، تكاليف الشحن وتكاليف التخزين هي تكاليف تسويقية <u>متغيرة</u>
يتمثل هدف Metrics في قياس أداء الأنشطة والعمليات التجارية اليومية	<input checked="" type="checkbox"/> صحيح	<input type="checkbox"/> خطأ	
عند تسويق السلع قد يزيد عنصر المخاطرة مما يؤدي إلى انخفاض التكاليف التسويقية	<input type="checkbox"/> صحيح	<input checked="" type="checkbox"/> خطأ	عند تسويق السلع قد يزيد عنصر المخاطرة مما يؤدي إلى <u>ارتفاع</u> التكاليف التسويقية

السؤال الثاني: ضع علامة × أمام الإجابة الصحيحة:.....(6)

من أنواع عوامل النجاح الحرجة:

<input type="checkbox"/> عامل الإعلان	<input type="checkbox"/> الخصائص المحددة لصناعة ما
<input type="checkbox"/> تطوير الموظفين	<input type="checkbox"/> التقدم في التكنولوجيا
<input checked="" type="checkbox"/> كل ما سبق	<input type="checkbox"/> لا شيء مما سبق

هناك عدة معايير شائعة لقياس الأداء تتمثل في:

<input type="checkbox"/> الوقت Time	<input type="checkbox"/> الكمية Quantity
<input type="checkbox"/> التكلفة Cost	<input type="checkbox"/> الجودة Quality
<input checked="" type="checkbox"/> كل ما سبق	<input type="checkbox"/> لا شيء مما سبق

هناك عدة عوامل تؤثر سلبيا على التكاليف التسويقية منها:

<input type="checkbox"/> كمية المبيعات
<input type="checkbox"/> تجانس المنتج/الخدمة
<input type="checkbox"/> صنف المنتج/الخدمة
<input type="checkbox"/> كل ما سبق
<input checked="" type="checkbox"/> لا شيء مما سبق

يصبح المستهلك أقل حساسية للسعر عندما:

<input type="checkbox"/> تكون التكلفة الإجمالية منخفضة مقارنة بإجمالي دخله
<input type="checkbox"/> يقاسم المستهلكون النفقات
<input type="checkbox"/> ينظر المستهلك إلى المنتج على أنه مرموق وذو جودة
<input checked="" type="checkbox"/> كل ما سبق
<input type="checkbox"/> لا شيء مما سبق

من أدوات لوحة القيادة التسويقية:

<input type="checkbox"/> وسيلة تنبأ	<input type="checkbox"/> وسيلة لاتخاذ القرارات
<input type="checkbox"/> وسيلة لقياس الأداء	<input type="checkbox"/> وسيلة تحفيز
<input type="checkbox"/> كل ما سبق	<input checked="" type="checkbox"/> لا شيء مما سبق

من مؤشرات مستويات المخزون:

<input type="checkbox"/> معدل الطلب المثالي	<input type="checkbox"/> معدل الطلبات المتوفرة في المخزون
<input type="checkbox"/> الإرجاعات بسبب الشحن غير السليم	<input type="checkbox"/> معدل الطلبات المؤجلة
<input type="checkbox"/> كل ما سبق	<input checked="" type="checkbox"/> لا شيء مما سبق

السؤال الثالث: إليك البيانات التالية:.....(8ن)

(س)	السعر	(ك)	الكمية	البيانات
	المعيارية		المعيارية	
الفعلية		الفعلية		
10	15	250	300	منتج A
9	10	450	400	منتج B
15	12	350	500	منتج C

1. حساب رقم الأعمال لكل المنتجات: رقم الأعمال = الكمية × السعر (CA = Q × P)

$$\text{منتج A} + \text{منتج B} + \text{منتج C} = (Q_A \times P_A) + (Q_B \times P_B) + (Q_C \times P_C)$$

أ. رقم الأعمال الفعلي = $(10 \times 250) + (9 \times 450) + (15 \times 350) = 11800 = 5250 + 4050 + 2500$

ب. رقم الأعمال المعياري = $(15 \times 300) + (10 \times 400) + (12 \times 500) = 14500 = 6000 + 4000 + 4500$

2. حساب رقم الأعمال الكلي = رقم الأعمال الفعلي - رقم الأعمال المعياري

$$2700 = 14500 - 11800 = \text{انحراف غير ملائم}$$

3. تحليل الانحراف لرقم الأعمال في كل المنتجات: يجب تحليل الكمية والسعر:

أ. انحراف الكمية = (الكمية الفعلية - الكمية المعيارية) × السعر المعياري

$$= (ك أ - ك م أ) \times س م أ + (ك ب - ك م ب) \times س م ب + (ك ج - ك م ج) \times س م ج$$

$$2050 = 1800 - 500 + 750 = 12 \times (500 - 350) + 10 \times (400 - 450) + 15 \times (300 - 250)$$

ب. انحراف السعر = (السعر الفعلي - السعر المعياري) × الكمية الفعلية

$$= (س أ - س م أ) \times ك أ + (س ب - س م ب) \times ك ب + (س ج - س م ج) \times ك ج$$

$$650 = 1050 + 450 - 1250 = 250 \times (15 - 10) + 450 \times (10 - 9) + 350 \times (12 - 15)$$

ج. تحليل الانحراف الكلي = انحراف الكمية + انحراف السعر = $650 - 2050 = -1400 = 2700$ انحراف غير ملائم

4. الغرض من تحليل الانحراف في رقم الأعمال هو:

تحديد وفهم الأسباب (الكمية/السعر) التي أدت إلى زيادة أو نقصان الإيرادات، وبالتالي يساعد على اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.

5. تكون الإيرادات والأعباء في حالة الانحراف في رقم الأعمال:

- الانحراف الملائم: تكون الإيرادات موجبة والأعباء سالبة.

- الانحراف الغير ملائم: تكون الإيرادات سالبة والأعباء موجبة.