

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر

ماستر اقتصاد وتسيير المؤسسة

كلية الاقتصاد والتجارة وعلوم التسيير

إمتحان السداسي الثالث في مقياس اليقظة الإستراتيجية 2025/01/16

الإسم و اللقبالفوج.....

السؤال الأول : حدد بدقة الفرق الجوهرى بين الثنائيات التالية :

- نموذج بورتر ، نموذج pastel :تحليل مستوى المنافسة داخل صناعة معينة
- تحليل المتغيرات الخارجية الكلية.....2نقاط
- التكيف Adapter. التصرف Agir.....ضبط الموارد حل المشاكل.....2 نقاط
- المعلومات التكتيكية، المعلومات الاستراتيجية:
- قصيرة المدى طويلة المدى2نقاط
- استراتيجية الدفاع، استراتيجية الهجوم :الهجوم هي الريادة و التوسع وزيادة الحصة السوقية أما
- الدفاع فهو التريث و الحفاظ على المكانة الحالية و كذا الحصة السوقية2 نقاط

السؤال الثاني أذكر نوع الإستراتيجية

- قامت شركة فولكس فاجن بابتلاع شركة أودي (Audi) وشركة سكودا (Skoda) الرائدة في شمال أوروباالتكامل الأفقي2نقاط
- قامت شركة فولفو بشراء كل نشاطات شركة رينو و المتعلقة بإنتاج السيارات الصناعية وهذا وصلت إلى الاستحواذ علي 27 من السوق الأوروبية و 24 من السوق الأمريكية وهذا ما جعل منها أول مصنع للسيارات الصناعيةالتركيز
- وضعت شركة فليب موريس Philip Morris استراتيجية وذلك من أجل تقليل الاعتماد الكلي لهذه الشركة على الأرباح الناتجة عن بيع السجاير حيث قامت باقتحام نشاط صناعة المشروبات وكذا مجال تصنيع الأغذية وتملكها لشركة Miller praying ، حيث توجد سمات تسويقية مشتركة بين مجال صناعة المشروبات و التبغالتوسع المرتبط.....

السؤال الثالث :

أن نجاح "تويوتا" في كسب عقول وقلوب الأمريكيين لم يكن صدفة بل كان نتاج خطة طويلة الأمد وبالغة التعقيد تم نسجها ببطء وبشكل ممنهج شمل كافة أركان الاقتصاد الأمريكي.. ،فعلى سبيل المثال، واجهت الشركة اليابانية بشكل استباقي الشكاوى التي تهمها بالاستيلاء على وظائف الأمريكيين التي تواجهها عادة الشركات الأجنبية من خلال التأكيد ببساطة على أن مصانعهم موجودة في الولايات المتحدة وأن موظفيهم هم عمال أمريكيون.

وهذه نقطة مهمة جداً، لأنه في الوقت الذي كانت تنقل فيه الشركات الأمريكية مصانعها إلى بلدان أخرى أقل تكلفة

مثل الصين وتايلاند، ذهب اليابانيون وقاموا ببناء مصانعهم في الولايات المتحدة صاحبة أكبر سوق للسيارات في العالم، لسببين الأول هو تجنب التعريفات الجمركية، والثاني هو رغبتهم في تجنب الاتهام بالاستيلاء على وظائف الأمريكيين.

لم يكتف اليابانيون بذلك، بل قاموا بتشجيع الموردين على الانتقال إلى السوق الأمريكي وبناء مصانعهم في الولايات المتحدة وتوظيف عمال أمريكيين. وفي نفس الوقت، قاموا بالتعاقد مع شبكة واسعة من الوكلاء المحليين لتسويق منتجاتهم في جميع أنحاء البلاد.

كجزء من الخطة، حرصت "تويوتا" - أكبر مصنعي السيارات اليابانيين - على رعاية الفرق الرياضية المحلية، بالإضافة إلى عدد من الأنشطة والفعاليات الفنية في عدد كبير من المدن الأمريكية، كما أسهمت في مجموعة واسعة من الجمعيات الخيرية والبرامج التعليمية.

لذلك، ليس من المستغرب أن ينظر الكثير من الأمريكيين إلى سيارات "تويوتا" باعتبارها سيارات أمريكية. ولم لا؟ فوظائفهم وأنشطتهم المجتمعية ومؤسساتهم التعليمية والخيرية مرتبطة بشكل ما بـ"تويوتا". وفي الحقيقة، لم تتمكن أي شركة أجنبية أخرى من اختراق عقول الأمريكيين كما فعلت "تويوتا".

بعد الإطلاع على الفقرة أجب

- هل كانت لشركة تويوتا يقظة استراتيجية. وما هو نوعها
- نعم1نقطة اليقظة التنافسية 0.5 اليقظة الاجتماعية و الثقافية 0.5.....
- ما هو الخطر الذي استبقته وكيف واجهته .
- الشكاوى التي تهمها بالاستيلاء على وظائف الأمريكيين التي تواجهها عادة الشركات الأجنبية.....1
- ذهب اليابانيون وقاموا ببناء مصانعهم في الولايات المتحدة صاحبة أكبر سوق للسيارات في العالم، لسببين الأول هو تجنب التعريفات الجمركية، والثاني هو رغبتهم في تجنب الاتهام بالاستيلاء على وظائف الأمريكيين 1...
- ماهية الإستراتيجيات التي اتبعتها ..من أجل كسب عقول الأمريكيين
- التكامل العمودي من الخلف1.....جلب الموردين 1.....
- التكامل العمودي من الأمام التعاقد مع الوكلاء المحليين للتسويق و البيع1.....
- إستراتيجية صورة المؤسسة رعاية الفرق الرياضية المحلية، بالإضافة إلى عدد من الأنشطة والفعاليات الفنية في عدد كبير من المدن الأمريكية، كما أسهمت في مجموعة واسعة من الجمعيات الخيرية والبرامج التعليمية.....1.....
- إستراتيجية النمو عن طريق التركيز على السوق1.....

بالتوفيق