

جامعة باتنة 1

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السداسي السادس

السنة الجامعية: 2025/2024

مدة الاختبار: 1 سا و 30 د

مقياس

التسويق الدولي

قسم العلوم التجارية

تخصص تسويق

السنة الثالثة ليسانس

السؤال الأول: أجب بصحيح أو خطأ مع التعليل في كلتا الحالتين. (5ن)

- ركز الفكر التجاري أكثر على مبدأ التخصيص في التجارة الدولية
- صاحب مصنع قام بشراء منتج ما لأغراض شخصية فهو يبقى مستهلك صناعي.
- مستهلك نهائي قام بشراء سلعة معينة (هاتف مثلا) وأعاد بيعه مجرد قيامه بعملية البيع يحوله إلى مستهلك صناعي.
- حسب نظرية الميزة النسبية تتخصص كل دولة بإنتاج وتصدير السلعة التي يتطلب إنتاجها استخداما مكثفا للعامل الإنتاجي المتوفر لديها أكثر من العامل الإنتاجي الأخر، أو العامل الإنتاجي الرخيص نسبيا لديها، وتستورد السلعة التي يتطلب إنتاجها استخداما أكثر للعامل الإنتاجي الغير وفير أو الغالي نسبيا لديها.
- السبب الأساسي في التناقض الموجود في نظرية ليونتييف هو إهمال بقية عناصر الإنتاج مثل التكنولوجيا.

السؤال الثاني: عرف ما يلي (6ن)

- الميزة الاقتصادية.
- الامتياز.
- التتميط المعدل.

السؤال الثالث:

- ما الفرق بين التجارة الدولية والتجارة الخارجية (2ن)
- العلاقة بين بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية (2ن)
-

السؤال الرابع: 5ن

- تكلم عن تأثير البيئة السياسية على التسويق الدولي.
- "التتميط في الترويج الدولي أينما كان ممكنا والتكيف حيثما كان ضروريا وواعدا".
- اشرح هذه العبارة مع تعريف كلا المصطلحين

الإجابة النموذجية:

السؤال الأول: أجب بصحيح أو خطأ مع التعليل في كلتا الحالتين. (5ن)

- ركز الفكر التجاري أكثر على مبدأ التخصيص في التجارة الدولية. **خطأ.** ركز الفكر التجاري أكثر على زيادة ثروة الدولة من خلال زيادة الصادرات عن الواردات، حيث يسمح ذلك بتدفق المعادن النفيسة إلى الدولة. / زيادة تدفق المعادن النفيسة إلى الدولة / منع خروج المعادن النفيسة. / النظريات الكلاسيكية هي التي ركزت على التخصيص في التجارة الدولية (كلها صحيحة)
- صاحب مصنع قام بشراء منتج ما لأغراض شخصية فهو يبقى مستهلك صناعي. **خطأ.** في حالة شراء المنتج لأغراض شخصية فهذا يعني أنه مستهلك نهائي لأن الغرض من اقتناء المنتج استعماله شخصيا وليس إدخاله في عملية التصنيع.
- مستهلك نهائي قام بشراء سلعة معينة (هاتف مثلا) وأعاد بيعه مجرد قيامه بعملية البيع يحوله إلى مستهلك صناعي. **خطأ.** هو يبقى مستهلك نهائي. وليتحول إلى مستهلك صناعي بمجرد عملية البيع هناك شروط من بينها: النية، الكمية المباعة، مدى تكرار العملية،
- حسب نظرية الميزة النسبية تخصص كل دولة بإنتاج وتصدير السلعة التي يتطلب إنتاجها استخداما مكثفا للعامل الإنتاجي المتوفر لديها أكثر من العامل الإنتاجي الآخر، أو العامل الإنتاجي الرخيص نسبيا لديها، وتستورد السلعة التي يتطلب إنتاجها استخداما أكثر للعامل الإنتاجي الغير وفير أو الغالي نسبيا لديها. **خطأ.** هذا مبدأ نظرية هكشر وأولين والذي يعني أن الدولة الغنية بعنصر العمل تصدر السلعة كثيفة العمل، وتستورد السلعة كثيفة رأس المال. والعكس بالنسبة للدولة كثيفة رأس المال. / حسب نظرية الميزة النسبية اذا امتلك بلد ما ميزة مطلقة في سلعتين فانه يستفيد إذا تخصص في إنتاج وتصدير السلعة المتفوق فيها أكثر ويستورد السلع التي تكون ميزته الإنتاجية فيها ضعيفة.
- السبب الأساسي في التناقض الموجود في نظرية ليونتييف هو إهمال بقية عناصر الإنتاج مثل التكنولوجيا. **خطأ.** هناك عدة أسباب في هذا التناقض لكن السبب الأساسي هو عدم اعتماد ليونتييف على الأرقام الحقيقية للواردات إنما استخدم بدائل الواردات التي تنتج داخل الولايات المتحدة الأمريكية.

السؤال الثاني: عرف ما يلي (6ن)

- الميزة الاقتصادية: المزايا الاقتصادية التي تتمتع بها الدول المتبادلة في التجارة الدولية، وتتمثل في افتراض أن الدولة تنتج نحو التخصص في إنتاج السلع التي يكلفها إنتاجها مستوى متدني من التكلفة. فتصدر السلع متدنية كلفة الإنتاج قياسا بما يكلف إنتاجها في دول أخرى، وتستورد السلع التي يمكن الحصول عليها بتكلفة أقل من ما يكلف إنتاجها في السوق المستوردة، (تابعة للنظريات الكلاسيكية).
- الامتياز. قيام الشركة الأم ببيع حقوق محدودة لاستخدام علامتها التجارية مقابل مبلغ مالي أو حصة من أرباح المتمتع بحق الامتياز. ويخضع المتمتع بحق الامتياز لقواعد صارمة في كيفية أداء النشاطات.

- التتميط المعدل: حل وسطي بين بين التتميط والتكليف من خلال الحفاظ على نفس صورة المؤسسة في كل الأسواق باستخدام امكانات ترويجية خاصة بكل بلد/ تموقع عالمي باستخدام حملات ترويجية مكيفة حسب خصوصية كل بلد.

السؤال الثالث:

- ما الفرق بين التجارة الدولية والتجارة الخارجية (2ن). (قبل اتفاقية الاوروغواي المصطلحان مختلفان بعدها أصبحا نفس المصطلح مع ضرورة الشرح)
- العلاقة بين بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية(2ن) تعرف بحوث التسويق ونظم المعلومات ثم تحدد العلاقة بينهما

السؤال الرابع:5ن ل

- تكلم عن تأثير البيئة السياسية على التسويق الدولي. مثل تأثير كل من نوع النظام السياسي ،القرارات الحكومية والاستقرار السياسي على التسويق الدولي أو على استراتيجياته
- "التتميط في الترويج الدولي أينما كان ممكنا والتكليف حيثما كان ضروريا وواعدا." اشرح هذه العبارة مع تعريف كلا المصطلحين (بالرجوع إلى العوامل المشجعة على التتميط والعوامل المشجعة على التكليف ومع فهم الطالب)

ملاحظة:

الطالب ليس مقيدا بإجابة حرفية كما في الإجابة النموذجية يكفي أن تكون الإجابة صحيحة والتعبير سليم وواضح

بالتوفيق