إجابات أسئلة أقيم تعلمي

التسويق

السؤال الأول:

أوضح المقصود بالمفاهيم والمصطلحات الآتية:

التسويق، الترويج، تسويق المحتوى.

التسويق: هو عملية استراتيجية متكاملة تهدف إلى التعريف بالمنتجات أو الخدمات، وفهم احتياجات العملاء، وتلبيتها بطريقة تجذبهم وتكسب ثقتهم.

الترويج: هو مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى تعريف العملاء بالمنتج أو الخدمة وإقناعهم بشرائها باستخدام وسائل مختلفة مثل الإعلانات والعروض.

تسويق المحتوى: هو تقديم محتوى مفيد وقيّم (مثل المقالات والفيديوهات) لجذب العملاء وبناء الثقة معهم بدلًا من البيع المباشر.

السؤال الثاني:

أعدّد المراحل الثلاث لتطور علم التسويق.

- مرحلة التوجه الإنتاجي.
- مرحلة التوجه البيعي.
- مرحلة التوجه التسويقي الحديث.

السؤال الثالث:

ما التحدي الأكبر الذي يواجهه المسوقون عند التحول من التسويق التقليدي إلى التسويق الرقمي؟ أبرر إجابتي.

التحدي الأكبر هو مواكبة التطور التكنولوجي وفهم الأدوات الرقمية؛ لأن التسويق الرقمي يتطلب مهارات تقنية وتحليل بيانات، إضافة إلى المنافسة الكبيرة عبر الإنترنت.

السؤال الرابع:

أعلل ما يأتي:

1- إن تكوين علاقة مستدامة مع العملاء أهم من زيادة المبيعات على المدى القصير.

لأنها تضمن استمرار التعامل وبناء الولاء والثقة، مما يؤدي إلى أرباح طويلة الأمد.

2- من المهم تحديد السعر المناسب في المزيج التسويقي لتحقيق أهداف الشركة.

لأنه يؤثر في قرار الشراء، ويجب أن يوازن بين جذب العملاء وتحقيق الربح.

3- التسويق الرقمي أكثر فعالية اليوم من التسويق التقليدي في الوصول إلى الفئة المستهدفة.

لأنه يصل بسرعة إلى عدد كبير من الناس، ويتيح التفاعل المباشر مع العملاء، واستهداف الفئات بدقة.

السؤال الخامس:

1- أقارن بين التوجه الإنتاجي والتوجه التسويقي الحديث من حيث التركيز على العملاء، واحتياجات كل منهم.

وجه المقارنة	التوجه الإنتاجي	التوجه التسويقي
التركيز	الإنتاج وزيادته	العميل واحتياجاته
الاهتمام بالعميل	ضعيف	كبير
الهدف	بيع أكبر كمية	إرضاء العميل وبناء علاقة

2- أقارن بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي من حيث قنوات الوصول، وطريقة التفاعل مع العملاء.

وجه المقارنة	التسويق التقليدي	التسويق الرقمي
قنوات الوصول	التلفاز، الصحف، الإذاعة	الإنترنت ووسائل التواصل
طريقة التفاعل مع العملاء	محدود	مباشر وتفاعلي

السؤال السادس:

أختار رمز الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:

1- إذا احتكرت إحدى الشركات سوقاً ما، فإن:

أ) الأسعار تقل.

ب) المنافسة تزداد.

ج) الخيارات تتنوع.

د) الجودة تقل، والأسعار ترتفع.

2- من صفات المستهلك الذكي:

أ) المقارنة بين الأسعار والمنتجات، والمسارعة إلى الشراء دون التحقق من جودة المنتج.

ب) شراء ما يُعلن عنه نتيجة الانجذاب إليه من دون تفكير أو حاجة حقيقية إليه.

ج) قراءة المعلومات المُدوَّنة على المنتج، والمقارنة بين الأسعار والمنتجات، ومراعاة الجودة قبل الشراء.

د) الاطلاع على تاريخ الصلاحية، وعدم مراعاتها عند تقييم سلامة المنتج.

3- يُطلق على ارتفاع أسعار السلع والخدمات باستمرار اسم:

أ) الادخار.

ب) التضخم.

ج) الاستثمار.

د) الاحتكار.

4- الإبلاغ عن الممارسات التجارية غير العادلة يهدف إلى:

أ) زيادة مبيعات السوق.

ب) تحقيق الربح السريع.

ج) حماية حقوق المستهلك.

د) دعم الأسواق غير المنظمة.