

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche Scientifique

Centre Universitaire morsli abdallah
- Tipaza -



المركز الجامعي مرسللي عبد الله
- تيبازة -

التاريخ: 2022/03/03

le : 03/03/2022

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مسابقة الدكتوراه

تخصص: التسويق الرقمي

مدة الامتحان: ساعتان

شعبة: العلوم التجارية

مادة: التسويق الإلكتروني

الموضوع الثاني

السؤال الأول (7 نقاط): غير التسويق الإلكتروني الكثير من مفاهيم التسويق وعلاقة المؤسسة بالزبون المستهدف النهائي بأدوات مبتكرة وعصرية. ويعد التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي جزءا متكاملا من إستراتيجية التسويق الإلكتروني.

1- ماذا نقصد بالتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- حدد أبعاد التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3- هل التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن المؤسسة من بناء ولاء الزبون للعلامة التجارية؟

السؤال الثاني (5 نقاط): ما هي مفاتيح قياس فعالية المواقع الإلكترونية التي يوفرها محرك البحث جوجل للمؤسسات؟

السؤال الثالث (4 نقاط): كيف تتعامل المؤسسة مع بيانات الزبائن لتحقيق بعد الخصوصية في التسويق الإلكتروني؟

السؤال الرابع (4 نقاط): كيف يساهم التسويق الإلكتروني في تخفيض أسعار المنتجات؟



معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مسابقة الدكتوراه

تخصص: التسويق الرقمي

مدة الامتحان:

شعبة: العلوم التجارية

مادة: التسويق الالكتروني

ساعتان

الإجابة النموذجية على الموضوع الثاني

الإجابة على السؤال 1:

1- التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو:

- استخدام أساليب وتقنيات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي بهدف بناء العلامة التجارية للمؤسسة أو منتجاتها أو بهدف تحقيق أية أهداف تسويقية أخرى.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع العملاء الحاليين لبناء علاقات تفاعلية دائمة معهم واكتساب عملاء جدد بما يساهم في بناء العلامة التجارية وزيادة المبيعات والحصة السوقية.

2- أبعاد التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي:

التفاعل-التخصيص-الكلمة المنطوقة رقميا-الحدث-الترفيه.

- 3- تُتضح العلاقة بين التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي والولاء للعلامة التجارية من خلال مفهوم التسويق بالعلاقات الذي يشير إلى جذب الزبون والاحتفاظ به وكسب ولائه من خلال تقديم المنافع والقيمة المضافة له بمختلف الطرق والوسائل. ومواقع التواصل الاجتماعي هي إحدى الوسائل المستحدثة في بيئة الأعمال التي تساهم بشكل فعال في تحقيق أهداف هذا المفهوم.

الإجابة على السؤال 2: مؤشرات قياس أداء المواقع الإلكترونية التي يوفرها جوجل هي:

- 1- عدد الزيارات
- 2- عدد الصفحات التي تمت زيارتها
- 3- الصفحات الأكثر والأقل زيارة
- 4- الكلمات المفتاحية المستعملة في التصفح
- 5- مسار البحث للالتحاق بالموقع
- 6- الإحصائيات الآنية
- 7- الأجهزة المستعملة في التصفح

الإجابة على السؤال 3 :

يعتبر التسويق بالبريد الإلكتروني أفضل أدوات التسويق الإلكتروني وذلك للأسباب التالية:

- 1 - تشير الدراسات إلى أن التسويق بالبريد الإلكتروني يأتي في المرتبة الأولى بين طرق التسويق الإلكتروني المختلفة من حيث العائد الاستثماري المحقق؛
- 2- الرسائل البريدية ستصل بالتأكيد للعملاء على رسائلهم الواردة، على خلاف طرق التسويق الإلكتروني الأخرى أين تمر عبر الخوارزميات أولاً كي تظهر للجمهور؛
- 3- يتميز التسويق بالبريد الإلكتروني بالسرعة؛
- 4 - التسويق بالبريد الإلكتروني من وسائل التسويق الإلكتروني الأقل تكلفة فهناك تقدم الخدمات الأساسية للتسويق بالبريد الإلكتروني بشكل مجاني؛
- 5- يتميز التسويق بالبريد الإلكتروني بالخصوصية، حيث تصل الرسائل للزبائن بشكل شخصي.

الإجابة على السؤال 4:

يساهم التسويق الإلكتروني في تخفيض أسعار المنتجات للأسباب التالية:

- 1- نظرا لاشتداد حدة المنافسة في بيئة التسويق الإلكتروني يزيد إدراك المستهلكين بالمنتجات المعروضة، وتسهل عليهم التنقل بين المنظمات المختلفة، وخاصة مع وجود برامج متعددة وتقنيات متطورة على الشبكة تساعد المستهلك في البحث عن أفضل الأسعار، وتتيح له المقارنة بينها؛
- 2- يساعد التسويق الإلكتروني في تخفيض التكلفة بالنسبة للمنظمة وخاصة الإلكترونية البحتة، نظرا لانعدام تكاليف التخزين والشحن... وغيرها، وهذا ما يؤدي إلى انخفاض الأسعار؛
- 3- تتوقف إستراتيجية تسعير المنظمة لمنتجاتها باختلاف الهدف من اعتماد التسويق الإلكتروني، فإذا كان الهدف هو انتقال المستهلكين من نشاط التسويق التقليدي إلى التسويق الإلكتروني، فإن الإستراتيجية المناسبة في هذه الحالة هي إستراتيجية اختراق السوق من خلال تخفيض الأسعار لتشجيع المستهلكين للانتقال إلى التسويق الإلكتروني.