

التصحيح النموذجي وسلم التنقيط الخاص

بامتحان الدورة العادية للسداسي الخامس

1- (4.5ن) هناك الكثير من يرى أن مدلول المشكلة التسويقية يشير إلى نفس مفهوم المشكلة البحثية ما رأيك في ذلك؟
مدلول المشكلة التسويقية لا يشير إلى نفس مفهوم المشكلة البحثية حيث ترتبط المشكلة التسويقية دائما بالتساؤلات المتعلقة بالقرارات التي يجب اتخاذها لتحقيق أهداف معينة أو مواجهة صعوبات معينة مثل ما هي أشكال الإشهار التي يجب أن نختارها؟ أما المشكلة البحثية فهي أن نتساءل عن المعلومات التي نحتاجها لاتخاذ القرارات التسويقية وعن الطريقة التي سنجمع ونعالج بها هذه المعلومات. بمعنى آخر، تتعلق المشكلة التسويقية بالقرارات، بينما تتعلق المشكلة البحثية بالمعلومات وأساليب البحث لاتخاذ هذه القرارات. أي أن المشكلة التسويقية تجيب على السؤال "ماذا أفعل؟" أما المشكلة البحثية فهي تجيب على السؤال: "ما الذي يجب أن أعرفه؟".

2- (6.5ن) تصنف البيانات التسويقية إلى بيانات أولية وأخرى ثانوية، قارن بين هذين المفهومين مع إظهار أهم المزايا والعيوب التي تشكلها البيانات الثانوية بالنسبة للباحث؟

يمكن تلخيص أهم نقاط المقارنة بين البيانات الثانوية والبيانات الأولية من خلال الجدول الآتي:

البيانات الثانوية	البيانات الأولية	
خاص بمواضيع دراسات أخرى 0.5ن	خاص بموضوع الدراسة 0.5ن	الهدف من جمع البيانات
سريعة وسهلة 0.5ن	معقدة 0.5ن	خطوات جمع البيانات
نسبيا ضعيفة 0.5ن	مرتفعة 0.5ن	تكلفة جمع البيانات
قصيرة 0.5ن	طويلة 0.5ن	مدة جمع البيانات

تتمثل مزايا البيانات الثانوية في العناصر الآتية:

- سهل الوصول إليها 0.25ن
- رخيصة الثمن نسبياً 0.25ن
- يمكن الحصول عليها بسرعة. 0.25ن

كما نشير إلى انه من النادر أن تقدم البيانات الثانوية جميع الإجابات لمشكلة بحثية، إلا أنها مفيدة في أكثر من وجه:

- لتحديد المشكلة بشكل أفضل. 0.25ن
- لتطوير مقاربة لحل المشكلة. 0.25ن
- لإعداد منهجية بحث مناسبة. 0.25ن

- لتفسير البيانات الأولية بحكمة أكبر 0.25ن

أما عيوب البيانات الثانوية فهي تتمثل في:

- كون أن البيانات الثانوية تم جمعها لأسباب أخرى، فقد تكون فائدتها في البحث الجديد محدودة للغاية وهذا لعدة أسباب كالملاءمة والدقة 0.25ن

- كما انه قد تكون الأهداف والطبيعة والأساليب المستخدمة لجمع البيانات الثانوية غير مناسبة للوضع قيد الدراسة.

0.25ن

- قد تكون كذلك غير دقيقة أو غير حديثة أو موثوقة تمامًا. 0.25ن

3- (5ن) المطلوب منك قصد انجاز دراسة تسويقية لتحديد مفردات عينة قوامها 30 مفردة ضمن مجتمع دراسة مكون من 1200

مفردة باستخدام أسلوب المعاينة العشوائية المنتظمة.

- الخطوة الأولى هي تحديد مدى المعاينة بتقسيم مجتمع الدراسة على العينة المختارة $40 = 30/1200$ 1ن

- الخطوة الثانية اختيار مفردة عشوائيا من 1 إلى 40 ولتكن مثلا 4 تمثل المفردة الأولى 1ن

- الخطوة الثالثة اختيار مفردات العينة الأخرى بالطريقة الآتية:

$$44 = 40 + 4$$

$$84 = 40 + 44$$

$$124 = 40 + 84$$

4- (4ن) طلب منك إعداد استبيان مكون من أربعة أسئلة بغرض دراسة أثر خدمة ما بعد البيع في إقبال المستهلك على منتجات

المؤسسة X، المطلوب منك اقتراح هذه الأسئلة مستخدما كل أنواع الأسئلة التي درستها؟

- سؤال مغلق 0.5ن ← مثال عن السؤال المغلق 0.5ن

- سؤال مفتوح 0.5ن ← مثال عن السؤال المفتوح 0.5ن

- سؤال متعدد الإجابات 0.5ن ← مثال عن السؤال متعدد الإجابات 0.5ن

- سؤال وفق السلم السلوكي 0.5ن ← مثال عن السؤال وفق السلم السلوكي 0.5ن

التوفيق للجميع