

التصحيح المنهجي لمتحان السداسي الأول

لمقياس نظم معلومات التسويقي

* الجواب الأول: (05 نقاط):

البيانات التي يحتاجها ويستعملها نظام معلومات التسويقي هي البيانات التي توفرها النظم الفرعية لهذا النظام وهي: النظام المحاسبي الداخلي (بيانات خاصة بالتكاليف، بالمبيعات، بالمخزونات...)، نظام الاستخبارات التسويقي (معلومات خاصة بالمنافسين ونظام البحوث التسويقي (البحوث بنوعها كمية ونوعية والمعلومات الأولية والثانوية، الداخلية والخارجية

* الجواب الثاني: (03 نقاط):

- يجب تعريف منهجية التسويقي حسب الدروس المعطاه ضمن المظاهر، أو الربط مع نظام معلومات التسويقي مع انه هو الذي يوفر كل المعلومات اللازمة للمرحلة الاولى لمنهجية التسويقي عن طريق الدراسات النوعية والكمية لأن المرحلة الاولى لهذه المنهجية خاصة بدراسة السوق ومكونات المصيط الذي تتبناه المؤسسة، وذلك قبل اتخاذ أي قرار استراتيجي

* الجواب الثالث: (7هـ نقاط):

* مصادر النظام المذكور في المثال:

11 مصادر البرمجيات: برنامج معالجة النصوص + تعليمات الأستاذ.

12 الموارد المادية: الحاسب الشخصي + CD + آلة الطبع.

13 الموارد البشرية: الطالب + الأستاذ.

14 مصادر البيانات: البيانات الخاصة بالبحث.

* مخرجات المعلومات: هي متمثلة في: البحث.

* وظائف النظام:

11 إدخال المعلومات: كتابة البحث.

12 معالجة المعلومات: إعداد وتصحيح البحث.

13 خروج المعلومات: طباعة البحث.

14 تخزين المعلومات: تخزين البحث على CD.

15 مراقبة: إعلام الطالب بأن اسم الملف مستعمل.

مسبقاً لتصحيح هذا الاسم.

* الجواب الرابع: (4هـ نقاط):

- التجارة الإلكترونية هي التجارة من بيع وشراء التي تتم بواسطة تكنولوجيا المعلومات وخاصة الإنترنت (بالتوسل الإلكتروني).

نماذج التجارة الإلكترونية الرئيسية
G to B (C) C to C , B to B , B to C

- الأمثلة المستخدمة من طرف مؤسسة Dell هي B to B بواسطة EDI مع مورديها و B to C بتوفير منتجاتها على موقعها الإلكتروني للزبائن.

- السائل المستعمل ضمن الشراكة ما بين Levi's و WALMART هو B to B بواسطة EDI