



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعروريج
نيابة مديرية الجامعة للتكوين العالي في الطور الثالث والتأهيل الجامعي والبحث العلمي والتكوين فيما بعد التدرج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مسابقة الالتحاق بالتكوين في الطور الثالث (دكتوراه ل م د) شعبة العلوم التجارية

المدة: ساعتان (2سا)

التاريخ: 11 فيفري 2023

Spécialité:

تسويق سياحي

تخصص:

Épreuve2:

تسويق سياحي

الامتحان الثاني:

الموضوع: 1 Variante:

السؤال الأول: 4 ن

- اعط تعريفًا شاملاً للمسائح.
- ميز مصطلح المسائح عن باقي المصطلحات الشبيهة به (أذكر أربعة فقط).

السؤال الثاني: 6 ن

تتصف الخدمة السياحية بنفس خصائص الخدمات التي ذكرها كوتلر، وتعتبر هذه الخصائص مشكلة تسويقية في حد ذاتها. أذكر هذه الخصائص مع ما يقابلها من مشكلة تسويقية. مع اقتراح ثلاث حلول لكل واحدة منها.

المصدر الأول للطالب الجزائري

السؤال الثالث: 10 ن

يمثل الجدول الآتي احصائيات عن إيرادات السياحة في الدول العربية بشمال افريقيا من سنة 2017-2020 (الف وحدة)

البلد	السنة	2017	2018	2019	2020
الجزائر		2500	2600	2500	500
المغرب		12500	12700	13000	2500
مصر		8000	9500	11000	2600
تونس		7000	8500	10000	2000

من خلال الجدول أعلاه:

- أحسب الحصص السوقية للجزائر خلال السنتين الأخيرتين.
- أحسب نسبة نمو السياحة في الجزائر بداية من 2017.
- أذكر ستة (06) أسباب للنتائج التي توصلت إليها السياحة في الجزائر. يعتبر التخطيط السياحي أداة لتطوير الوجهة السياحية:
- عرف تخطيط المنتج السياحي مع ذكر العوامل المؤثرة فيه (3 عوامل).
- أذكر مراحل التخطيط للتسويق السياحي للخروج من الوضعية الحالية بالجزائر

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج

نيابة مديرية الجامعة للتكوين العالي في الطور الثالث والتأهيل الجامعي والبحث العلمي والتكوين فيما بعد التدرج

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مسابقة الالتحاق بالتكوين في الطور الثالث (دكتوراه ل م د) شعبة العلوم التجارية

التاريخ: 11 فيفري 2023

المدة: ساعتين (2سا) / 120 دقيقة

التميز:	تسويق سياعي	تخصص:
المادة:	تسويق استراتيجي	الامتحان الثاني:

الموضوع: 3 Variante :

السؤال الأول: (4 ن)

حدد محتوى المفاهيم التالية:

- استهداف السوق;
- الصناعة كبعد من أبعاد السوق المرجعية;
- السوق الكامن للمؤسسة;
- تخصيص نظر المنتج.

السؤال الثاني: (6 ن)

يمكن تعريف السوق على أنه مجموعة من الأطراف تتفاعل فيما بينها من خلال عمليتي العرض والطلب، وتعرض الدراسة والتحليل في ميكانيزمات السوق ساهم التسويق الاستراتيجي في صياغة هذا الجيز من خلال عملية التجزئة التسويقية إلى فضاءات أصغر تنتمي بالتجانس، من شأنها مساعدة الممارسين في تصميم استراتيجيات تسويقية ملائمة تمكنهم من تحقيق الأهداف المسطرة.

المطلوب:

- ما هي مكونات السوق الكلي؟
 - ما هو السوق الحالي (الفعلي) للمهنة؟
 - ما هو السوق النظري للمهنة؟
 - ما هو السوق المحتمل للمؤسسة؟
 - في أي جزء من السوق يتم فيه تبني استراتيجية التصادم؟
 - في أي جزء من السوق يتم فيه تبني استراتيجية التجنب؟
- ملاحظة: الإجابة على الأسئلة (أ، ب، ج، د) في شكل معادلات.

السؤال الثالث: (10 ن)

- يعتبر السوق المرجعي من المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتسويق الاستراتيجي.
- ما هي أبعاد السوق المرجعي؟
 - ما هي مميزات السوق المرجعي؟
 - مثل بيانها أشكال السوق المرجعي؟
 - ما هو المصطلح الاستراتيجي الذي يتوافق مع محتوى السوق المرجعي؟