

أجب على الجزء 1- والحزم

مؤسسة مختصة في إنتاج وتسويق المنتجات الرياضية في السوق الوطنية، بدأت نشاطها في سنة 1970 بإنتاج الملابس الرياضية، والنجاح الذي حققته في هذا القطاع سمح لها بالتوسع في تشكيلات منتجاتها لتصبح على ما هي عليه اليوم حيث أصبحت تنتج: كرة السلة، حقيبة كرات القولف، كرة اليد، كرة القدم، أحذية رياضية للاعبين كرة القدم، وأخرى للاعبين كرة التنس، ملابس تتمثل في سراويل قصيرة **SHORTS**، فنيلا **MAILLOT** وبدلات رياضية **SURVETMENT** وكرات **RUGBY**. لكن بعد مرحلة الاقتصاد السوق أصبحت المؤسسة تعاني من منافسة شديدة، خاصة في قطاع الأحذية الرياضية، فبعدما كانت الحصة السوقية للمؤسسة في هذا القطاع هي 60% أصبحت بعد دخول المنافسة في حدود 15%، علما أن 40% من إيرادات المؤسسة تتمثل في الأحذية الرياضية، وأن 80% منها تعود إلى الأحذية الرياضية الخاصة بلاعبين كرة اليد.

وإيماننا من إدارة المؤسسة بأن قدرة على الاستمرار لا تكون إلا من خلال تطوير منتجات جديدة لمواجهة المنافسة وأن الحفاظ على حقوقها لا يكون إلا من خلال التسجيل دائما براءة الاختراع، رصدت المؤسسة ميزانية كبيرة قصد تطوير منتج جديد يتمثل في حذاء رياضي جديد للاعبين كرة اليد يمتاز بالخفة والمرونة كانت تفتقر لها الأحذية القديمة، واتخذت المؤسسة القرار بتقديم هذا المنتج إلى السوق، أيضا أشار تقرير الاستخبارات التسويقية على أن أحد أهم وأقوى المنافسين قرر استيراد منتج مشابه للمنتج المؤسسة من الصين في غضون 5 أشهر (حتى تتمكن المؤسسة الصينية من تقليده)، كما أن دراسة الطلب السوقي أظهر بأن الطلب غير مرن خلال 4 أشهر القادمة.

المطلوب:

- 1- أوجد مزيج المنتجات لهذه المؤسسة ؟
- 2- ما هي السياسة السعرية التي تقترحها على المؤسسة بصفتك مدير التسويق بها مع الشرح ؟

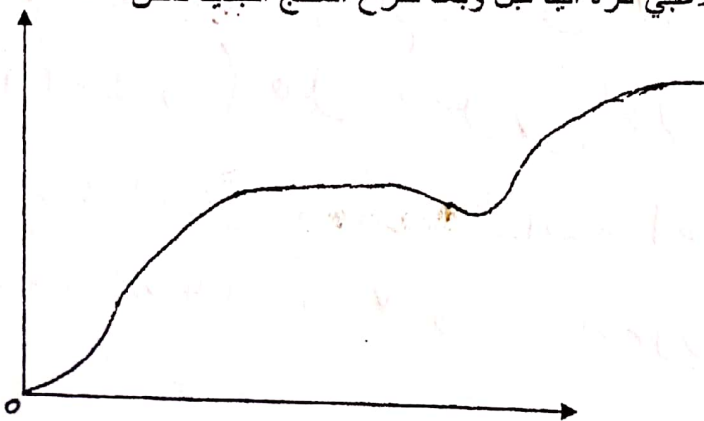
الجزء 2-

بعد دراسة مبيعات منتج الحذاء الرياضي للاعبين كرة اليد قبل وبعد طرح المنتج الجديد تمكن

من رسم المنحنى التالي:

المطلوب:

- 1- قم بإعادة رسم المنحنى مع تسميته؟
- 2- حدد مراحل في الرسم؟
- 3- هل يتغير مزيج المنتجات ولماذا؟



سلماني م