

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم تجارية

السنة الجامعية : 2016 / 2015

السنة الثالثة - ميدان: علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية ل.م.د - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق - السداسي السادس

الفرع: 1 الفوج: 1

تاريخ النسخ: 2016/05/12

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم المنهجية / سي ال / سياسات التوزيع

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إ.ن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تريص	أخرى
1	20010706608	بن عبدلي ابراهيم	ع	12,50	05						
2	20111000523	حلفاوي عبد الكريم	ع	14,50	08						
3	20111000608	خنيفر محمد رضا	ع	12,50	03						
4	20111100731	بشارف خديجة	ع	13	10,50						
5	20111100895	الغالي حكيم	ع	14	13,50						
6	20111101138	طالبني عبد القادر	ع	14,50	05,50						
7	20111101163	قويدري عبد الحميد	ع	14,50	10,50						
8	20111201262	شعيب محمد الأمين	ع	14	10						
9	20111201310	فريطيس حليلة	ع	12,50	10						
10	20111201339	حميدي يمينة	ع	13,50	09						
11	20111201357	قدور فضيل	ع	14	08						
12	20111201514	عمور وردة	ع	12,50	ع						
13	20111201535	جلال عائشة	م	13,50	02						
14	20111201564	ثلث حكيمه زاهية	ع	12,50	04,30						
15	20111301622	عواد اسماء	ع	14	09						
16	20111301624	بكوش عبد القادر	ع	14,50	14						
17	20111301696	مكفف هوارية	ع	13,50	08						
18	20111301786	بوطالب ناصر	ع	14,50	12						
19	20111301824	لعيرج ياسين	ع	14,50	15,50						
20	20111301861	بداوي وليد	ع	13	08						
21	20111301915	ستي نجاة	ع	13	06						
22	20111401949	كوداد قويدر	ع	15	12,50						

أ. ط. م. د.
 الو.
 الف.

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم تجارية

السنة الجامعية : 2016 / 2015

السنة الثالثة - ميدان: علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية ل.م.د - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق - السداسي السادس

الفرع: 1 الفوج: 2

تاريخ النسخ: 2016/05/12

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم المنهجية / سي ال / سياسات التوزيع

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تربص	أخرى
1	20111000495	سليمان محمد أمين	ع	16,50	12,50						
2	20111000604	زروقي صباح	ع	06,50	13,50						
3	20111000639	خمسى فاطنة	ع	07	13,50						
4	20111100925	لريبي هاشمي عبد الرحمان	ع	12,50	14,50						
5	20111100999	يوسف أحمد	ع	10,50	13,50						
6	20111101143	حمداني عائشة	ع	07	12,50						
7	20111201279	بن حمو عبد المؤمن	ع	13	14						
8	20111201311	بوشيبة تركية	ع	08	14						
9	20111201344	عماري حاج بوزيان	ع	13	12						
10	20111201377	قروج كمال	ع	07	13,50						
11	20111201509	حسيني جمال الدين	ع	10	14						
12	20111201555	زاوي صابرينة زهرة	ع	11	13,50						
13	20111201569	قروج عبد العزيز	ع	11	13,50						
14	20111301666	لدمك كريمة	ع	14,50	13,50						
15	20111301707	دحاوي ميلودة	ع	08,50	13						
16	20111301789	نابي وحيد	ع	12	12,50						
17	20111301910	بوحفص فتيحة	ع	06	13,50						
18	20111301931	ولد والي دهبية	ع	06	14,50						
19	20111301936	محسن بداتي سعاد	ع	14	13						

أ. طيبى
 14/5/16

سنة ثالثة ليسانس تسويقا

مقياس: سياسات التوزيع

الاجابة النموذجية

①. الخيارات الاستراتيجية المتاحة أمام المؤسسة (س) لتوزيع كل

منتج على حد خاص:

1. الحليب ومشتقاته: يعتبر هذا المنتج منتج ميسر وسريع التلفاء، ولذا فإن المؤسسة (س) تعتمد على استراتيجية التوزيع المكثف وتوفره في نقاط بيع كثيرة في تونس والمغرب لهما كما تصريفه قبل انتهاء تاريخ صلاحيته، وباعتمادها على استراتيجية التوزيع المكثف فإنها تعتمد على التوزيع الغير مباشر حيث يعوز الوسطاء في تونس والمغرب بالتدخل لتوزيع هذا المنتج وايصاله الى نقاط البيع المعنية.

2. البسكويت: هو المنتج هو أيضا منتج غذائي ميسر إلا أن مدة صلاحيته قد تكون أطول مقارنة مع الحليب ومشتقاته، ولذا فإن أمام المؤسسة خيارين: إما أن تعتمد على التوزيع المكثف بعبء اعراق أسواق هذا القطاع (قطاع البسكويت) في تركيبها المنتج بالأعتقاد على التوزيع الغير مباشر من خلال تدخل وسطاء قد يكونون تجار جملة أو تجار تجزئة أو وكلاء من أجل توزيع المنتج في نقاط البيع بتركيبها. ولأن البسكويت يمتاز بجودة عالية وذوق رفيع فإن المؤسسة (س) تختار استراتيجية التوزيع الانتقائي وهذه بتحديد المتاجر التي تدخل معها في تركيبها معتمدة إما على التوزيع المباشر من خلال إيصال المنتج من المؤسسة (س) إلى المتاجر المتعامل معهم مباشرة أو الاعتقاد على التوزيع الغير مباشرة من خلال الوسطاء في عملية التوزيع.

3. الورق: قد تعتمد المؤسسة (س) على التوزيع الانتقائي أو التوزيع الخاص إذا كان الورق ذو نوعية رفيعة وهذه بالاعتقاد إما على التوزيع المباشر في حالة التوزيع الخاص أو التوزيع الغير مباشر في حالة اختيارها لاستراتيجية التوزيع الانتقائي.

4. المنسوجات: يعد هذا المنتج من منتجات التسوق لذا فالخيار الأمثل لتوزيعه هو استعمال استراتيجية التوزيع الانتقائي وهذا بالتعامل

مع متاجر اختيارية في سوريا ولبنان وهذا بالاعتماد على الطريقة الغير مباشرة في التوزيع .

5 - الخشب : الخشب هو عبارة عن منتج صناعي (هو مادة أولية) لانتاج منتجات تامة الصنع ونصفا تامة الصنع ، و المؤسسة (س) غالباً ترتكز اعتمادها على استراتيجيات التوزيع اللاتقائي باستعمال الطريقة الغير مباشرة في التوزيع .

2 - وسائل النقل المناسبة لكل منتج :

1 - الحليب ومشتقاته : الوسيلة المناسبة لنقله هي النقل البري عن طريق السيارات أو الشاحنات المكيفة للحفاظ على المنتج من التلف ، و - البسكويت : تعتمد المؤسسة على وسائل النقل البري لنقل هذا المنتج باعتبارها منتجاً جاهزاً .

3 - الورق : بما أن الورق هو من المواد الأولية فإن المؤسسة (س) قد تنقله عبر السكك الحديدية أو عبر النقل البري .

4 - المنسوجات : تنقل بواسطة السكك الحديدية أو النقل البري من سيارات وشاحنات أو النقل البحري إذا كانت بكميات كبيرة .

5 - الخشب : ينقل عبر السكك الحديدية أو بواسطة النقل البحري .

3 - أنواع المخازن المناسبة لكل منتج :

1 - الحليب ومشتقاته : يتم تخزينه في المخازن المبردة لأنه منتج سريع التلف .

2 - البسكويت : قد يتم تخزينه في المخازن المغلقة إذا كان بسكويت جاف و بدرجة عالية لا يتأثر بالظروف الطبيعية من حرارة و برودة ، أما إذا كان البسكويت غير جاف فيفضل تخزينه في المخازن المبردة .

3 - الورق : يخزن الورق في المخازن المغلقة لأنه هذا المنتج يتأثر بالظروف الطبيعية .

4 - المنسوجات : هي سلع تتأثر بالظروف المناخية لذا يتم تخزينها في المخازن المغلقة .

5 - الخشب : يخزن في المخازن المكشوفة و قد يخزن في المخازن المبردة

بخطوط الإنتاج لأنه مادة خام.

4. نوع الوسطاء المتعامل معهم

- 1- الحليب ومشتقاته: تجار الجملة وتجار التجزئة
- 2- البسكويت: تجار الجملة وتجار التجزئة
- 3- الورق: تجار الجملة والوكلاء
- 4- المنسوجات: تجار الجملة وتجار التجزئة
- 5- الخشب: الوكلاء وتجار الجملة.

5.

- 1- المتافع التي يحققها التوزيع للمؤسسة:
 - يسمح بتعريف المنتجات ومنع تكديسها في المخازن
 - ينظم عملية الإنتاج بصورة مستمرة ودائمة.
 - ينفذ على العملية الانتاجية طابع التنظيم والتحكم الجيد في الحليب وبالتالي يسمح بتوفير المنتجات على مدار السنة
 - يسمح ببقاء العملية دائمة بين المؤسسة وريائيا
 - يصفى المنتجات للمؤسسة الخدمات الضرورية التي تساعد على تسويقها
- 2- المتافع التي يحققها التوزيع للمستهلك:

- يسمح التوزيع بوضع المنتج في متناول الزبون في المراكز والزمان الذي يرغب فيه
- يسمح بتحقيق الرقي المعيشي ويساهم في انشاء ثقافة استهلاكية جديدة تتماشى مع متطلبات الحياة اليومية للمستهلك
- يمكن المستهلك من الحصول على المنتج الذي يليى حاجاته ورغباته.
- تقسيم وتفكيك الأحمال الكبيرة من المنتجات إلى أحجام متوسطة أو صغيرة تكون في متناول الزبون.