



قسم: إعلان والطباعة والنشر

نموذج الاجابة لمقرر التسويق وأبحاث السوق - الفرقة الرابعة

الفصل الدراسي الاول 2020/2019

السؤال الاول :

.1

الابحاث النوعية

هي الأبحاث التي تهدف إلى فهم أسباب وكيفية حدوث ظاهرة ما، وليس بالضرورة حجمها، فتهتم بدراسة المستهلك من حيث دوافعه ، وعاداته واتجاهاته الشرائية ، والعوامل التي تؤثر في قرار الشراء ومدى تأثيرها باستراتيجيات تسويق معينة أكثر من غيرها.

المقابلة المتعمقة

هي محاولة فهم أسلوب حياة، وعادات واختيارات المستهلك وعلاقتها وتأثيرها بمنظومة القيم لديه، وكيف تؤثر هذه العوامل في خيارات الشراء. وعادة ما تدار هذه في صورة مقابلة شخصية، يقوم الباحث خلالها بطرح أسئلة على المشارك، وتسجيل الإجابات والانطباعات والملاحظات. عادة ما يعد الباحث مجموعة من الأسئلة سلفاً، ويترك للمشارك حرية الرد دون وجود قوالب جامدة من إجابات معدة سلفاً، كما قد يضيف الباحث أسئلة إضافية إذا شعر بأن المشارك لديه معلومات مهمة لم تكن في الحسبان. تهدف هذه النوعية من الأبحاث إلى التوصل إلى أفكار عامة عن السوق واكتشاف اتجاهات ورغبات المستهلك التي قد لا تكون ظاهرة على السطح أو معروفة من قبل

مجموعات البحث

و هي عبارة عن لقاء بين باحث أو باحثين مع مجموعة من المستهلكين من 6 - 10 افراد ، وتستخدم في التعرف على آراء وانطباعات وموقف المستهلك تجاه منتج جديد أو علامة تجارية جديدة أو فكرة جديدة، أو رد عليهم على حملة إعلانية أو قرار تسويقي ما. يمكن لمجموعات بحث السوق أن تمكنك من معرفة تصور عام عن العوامل التي يمكن أن تكون وراء الإقبال على منتج أو خدمة معينة أو الانصراف عنها. كما تكشف عن احتياجات غير معروفة. كما تمكنك المجموعات البحثية من تحسين وتطوير منتجات موجودة بالفعل أو الخروج بأفكار منتجات وخدمات أو أساليب دعائية وتسويق جديدة تماما

مثال :

لاحظ مسئولو إحدى شركات الدعاية والإعلان انخفاض المبيعات. فبدأ فريق التسويق في تحليل الموقف وكانت أحد الأساليب التي لجأ إليها الفريق هي جلسات المجموعات لأنهم كانوا بحاجة إلى

الاستماع إلى آراء مختلفة

تفاعل المشاركين وتشجيعهم لبعضهم البعض على المشاركة بأرائهم

حصر الآراء وردود الأفعال المختلفة لخلفيات ثقافية واجتماعية متنوعة

توصل فريق البحث لبعض النتائج المهمة وهي أن ازدهام الشركات بالعملاء وانخفاض عدد المصممين بالاضافة إلى طول فترات الانتظار لحين الانتهاء من التصميمات والعمليات الطباعية المطلوبة منهم، هو ما أدى إلى انصراف الكثيرين من رواد وكالة الدعاية والاعلان عنهم. وعبر المشاركون في البحث عن مواقف متكررة . وهكذا خرج فريق التسويق بفكرة جديدة اقترحها عدد من المشاركين وهي: الحاجه الملحه الى توفير الراحة للعملاء بصورة أكبر وتوظيف أعداد جديدة من المصممين الكفاء مع ضرورة تحقيق متطلبات العميل في اقل وقت ممكن.

.2

QR Code

والمقصود منها هو "كود الإستجابة السريعة" يكون على شكل مربع وهو اختصار لعبارة Quick Response Code

عبارة عن رمز ذو بعدين، هذا الرمز يمكن من خلاله تشفير البيانات والمعلومات الشخصية وقراءته عن طريق جهاز يكون مخصص لقراءة مثل هذه الرموز ومعرفة محتواها، وأيضا يمكن قراءته عن طريق احد التطبيقات على الجوال باستخدام كاميرا الهاتف مع وضع أحد تطبيقات الاسكان حتى يمكن لكاميرا الهاتف التعرف عليه وقراءته

ويمكن قراءة البيانات الشخصية لشخص معين عن طريق ذلك الرمز الكودي، كما ان اصحاب الشركات المنتجة للسلع أيا كان نوعها تقوم باستخدام هذا الكود لتشفير بياناتها فبدلا من أن تقوم بكتابة اسم السلعه ومصدرها وبياناتها كلها والمحتويات في الملصق الموجود على المنتج فإنها تقوم بتسجيل تلك البيانات داخل هذا الكود ويتم قراءته عن طريق قارئ الاكواد لمعرفة تلك البيانات المسجلة مسبقا ويسمي قارئ الكود

QR Scanner

طريقة انشائه:

1. يتم الذهاب لاحد مواقع عمل كود الاستجابة السريع على الانترنت وذلك بعد البحث عنها باستخدام اللفظ التعريفي

QR Generator

2. فستجد في القائمة الموجوده لهذا القائم بعمل كود الاستجابة السريع كل ما ترغب بإضافته من محتوى البيانات المراد اضافتها لتكون متاحة داخل الكود لكل من يقرأ ومنها الاسم (سواء اسمك الشخصي او اسم المنتج) والايمل والعنوان ورقم الهاتف والموقع الشخصي لك على الانترنت او الموقع الخاص بالمنتج نفسه او بالشركه المنتجة للمنتج كما يمكن اضافة صورة شخصيه اذا كان هذا الكود يخص بيانات شخص او يمكن اضافة صورة المنتج ، مع السماح باصافه صفحات الفيس بوك وادراجها ضمن تلك البيانات وبعض التسجيلات الصوتية اذا ما كانت هناك رغبة في اضافتها وجدير بالذكر انه يمكن اضافة ملف

PDF

وبه ايضا معلومات تعريفية لصاحب الكود او نبذه عن اعماله او تشمل البورتيفيليو الخاص به

3. بعد الانتهاء من اضافة جميع البيانات المرغوب في تواجدها بالكود يتم الضغط على زر

Create QR Code

ويتم انشاء الكود على هيئة صورة ويفضل النسق التعريفي من نوع

JPG

وذلك من أجل اوضح صورة للكود ويتم الاستعانه بتلك الصورة لوضعها على المنتجات الخاصة بها او الاعمال الفنية لاحد المصممين والتي تحمل بياناته الشخصية استعداد لقرائتها باستخدام تطبيق قارئ الكود السابق الذكر باستخدام احد الهواتف المحمولة

وكود الاستجابة السريع أحد أهم وسائل الترويج السلعي للمنتجات وللأفراد وسرعة الحصول على بياناتها ودخول الرقمنه الى عالم التسويق وكذلك عالم الاعلان ، فهو التعبير الشخصي للفرد عن نفسه واحد الطرق الحديثة جدا لاطهار توقيعه الرقمي على اعماله ببياناته المفصله او التوقيع الكودي الرقمي للمنتج وما يحمله من بيانات وتفاصيل

إجابة السؤال الثاني :

.1

ترتكز أهمية الموقعين على توفير إمكانية عرض أهم وأبرز الاعمال المقبولة على أسس تصميمية ابداعية تناسب الغرض والوظيفة الذي صنع من أجله التصميم مع إبراز العنصر الجمالي فى التصميم وجعل التصميم يبدو فى صورة يرغب بها المشتري او المتصفح له اذا كان كتيباً او عملاً فى مهرجاناً فنياً او للتغليف ... الخ من الاعمال فى مقدمة الاعمال العالمية ذات التأثير الايجابي على المتلقي لها ، ويتم رفع الاعمال وقبولها لعرضها عليهما حسب ما يراه الورد المنوط بذلك من كبار الموثقين والقابلين لتلك الاعمال عالمياً وهم مصممين ولهم رؤية فنية وتطبيقية لكل عمل يتم رفعه على هذان الموقعان . وترجع أهميته التسويقية فى أن لكل مصمم عمل تم قبولة يتم عرضه عالمياً وإبراز قدرة المصمم على ابداعه الفنى والوظيفي فى التصميم، ومع قبول أعماله تلك يصبح فى مضمار المصممين العالميين ويفتح أمامه آفاقاً كثيرة منها عملية التسويق لنفسه داخلياً وخارجياً . فيعد هذا الامر بدايته الجديرة بالذكر لوصول اعماله الى من يبحثون عن الاجدر والاكفأ وأصحاب الرؤية الفنية والجمال الوظيفي من الشركات المتعدده الجنسيات وغيرها .

ولكل طالب قدرته الخاصة على التعبير عن رأيه الشخصي في هذان الموقعان بعد تصفحه لهما.

.2

الملكية الفكرية وبراءة الاختراع للعلامات التجارية

هناك ما يسمى بحقوق الملكية الفكرية وهي التى تضمن للمبدع ل احد الاعمال التصميمية ان لا يتم سرقة تصميمه وانتهاك تلك الحقوق وبناء على ذلك فإنه بعد الانتهاء من أحد العلامات التجارية ل احد العملاء فإنه من أهم وسائل حماية تلك الاعمال تسجيل براءة اختراعها ولفترات زمنية طويلة بما يضمن حقوق الشركة صاحبة العلامه التجارية وهي شهادات تمنحها الدولة اقراراً بحقوق هذا الشخص المالك للعلامة التجارية والحق الممنوح هو حق مؤقت وغير كامل ويكن لفترات إما 20 سنة او 10 سنوات أو 7 سنوات ويعتمد ذلك على نوع الشهادة المطلوبه

وهناك العديد من مكاتب براءات الاختراع حول العالم ويكل دوله توجد حقوق مكفوله ومكتب خاص بها ، ولشركة الدعاية والاعلان القدرة على ان تصبح وكيل العميل لدى مكتب براءة الاختراع لحماية حقوق الملكية الفكرية واتخاذ الخطوات التى يتطلبها ذلك

مثال على الحقوق الملكية الفكرية للعلامات التجارية

جميع الشركات العالمية مثل نايك واديداس وتوشيبا وكاربير وبيبيسي وكوكاكولا وشيبسي وتويوتا وكرايسلر ... الخ من الشركات لديها براءات اختراع وملكية فكرية لعلاماتها التجارية ولا يمكن لاحد اعادة انتاج تلك العلامات التجارية لشركته الخاصة بها ،

حيث ان القوانين فى تلك الحالة تكفل للشركة صاحبة العلامة التجارية الفعلية بمقاضاة الشركة المقلده لها وطلب تعويضات بمليارات نظرا لما يعود من خسائر على الشركة الفعلية من جراء استخدام احد الشركات شعارها او شعارا مماثلا لها

شروط منح براءة الاختراع للعلامة التجارية

1. ان تكون العلامة التجارية جديدة ولم يسبق لها مثيل ولم يسبق لها طلب اختراع داخل تلك الدولة أو خارجها ولم يسبق عن الافصاح عن مثيلاتها ويقوم مكتب براءة الاختراع خلال فترة زمنية وهي فترة الفحص بالتأكد من ذلك قبل منح الشهادة
2. أن يتوافر فى العلامة التجارية عنصر الابتكار وقد يكون فكرة العلامة التجارية هي تعديل لاحد الافكار المتواجده حاليا فينبغي أن يكون العرض التقديمي الحديث لها يظهر تقدما ملحوظا عن ما كان فى الفن السابق لها
3. ان تكون العلامة التجارية قابلة للتطبيق فى الصناعة وهو الجزء الخاص بضرورة التأكد من عنصر المنفعة والافاده منها
4. ولا تمنح براءات الاختراع لما هو مذل بالنظام والاداب العامه او بما يضر بحياة الناس او ثقافتهم

خطوات عمل براءات الاختراع وحماية حقوق الملكية الفكرية لأحد العلامات التجارية

1. تقديم الطلب لمكتب براءة الاختراع ويتم ملئ استمارة البيانات المطلوبه واثبات الشخصية للشركة صاحبة العلامة التجارية او مكتب الدعاية والاعلان كوكيلا عنها مع تقديم التوكيل الخاص بذلك الغرض
2. تقديم الاستمارة الفنية وفيها يتم تسمية العمل الفنى والعلامة التجارية والوصف المختصر له بالعربي والانجليزي والوصف الكامل للاختراع ومخططاته الفنية والاسكتشات ولوحاته الابداعية والشرح الفنى لها
3. فى حالة التقديم على تعديل على علامه تجارية متواجده فعليا . فإنه ينبغى عرض القصور فى العلامه القديمة وما هو الجديد فى موضوع الاختراع وتوضيح الفرق بينهما
4. توضيح طريقة الاستغلال لها