

جامعة عباس لغرور خنشلة

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية

قسم علوم تجارية

الاجابة النموذجية امتحان مقياس منهجية سنة اولى ماستر

السؤال الاول : 05 نقاط

اجب بصحيح او خطأ مع ضرورة تصحيح الخطأ ان وجد

- 1- ينقسم البحث العلمي على اساس النشاط الى بحوث نظرية و بحوث تطبيقية .  
خطا : ينقسم البحث العلمي على اساس الطبيعة الى بحوث نظرية و بحوث تطبيقية
- 2- خاتمة البحث تجيب على التساؤلات المطروحة . خطأ  
متن البحث يجيب على التساؤلات المطروحة.
- 3- متن الدراسة يتضمن توصيات و نتائج الدراسة . خطأ  
خاتمة الدراسة تتضمن توصيات و نتائج الدراسة
- 4- المنهج الاستقرائي هو الانتقال من الكل الى الجزء .  
خطا المنهج الاستقرائي هو الانتقال من الجزء الى الكل
- 5- الاستبيان المفتوح يتناول اسئلة موضوعية بإجابة مباشرة .  
خطا الاستبيان المغلق يتناول اسئلة موضوعية بإجابة مباشرة.
- 6- المنهج الاستنباطي هو الانتقال من الكل الى الجزء

صحيح

- 7- ملخص البحث يعتمد على المتغير التابع خطأ  
ملخص البحث يعتمد على مدى ترابط المتغيرين التابع و المستقل
- 8- المقدمة لا توضح سبب اختيار البحث خطأ  
سبب اختيار البحث عنصر من عناصر المقدمة
- 9- المتغير المستقل يحدد المفهوم الاساسي لمشكلة البحث

صحيح

- 10- القراءة الاستطلاعية هي قراءة عادية و تدوين لأهم المعلومات

صحيح

السؤال الثاني : 7 نقاط

يمر البحث العلمي بخطوات و مراحل علمية و قواعد منهجية تضمن وصول الباحث الى نتائج منضبطة و ملخص جيد اذا اخذ بها الباحث و من اهم تلك المراحل مرحلة اختيار الموضوع و ضبط عنوان البحث و اشكالية البحث بالاضافة الى التمعن في الدراسات السابقة- حلل و ناقش -

الجواب

ان البحث العلمي بكل تصنيفاتها و اشكاله المتعددة يسعى الى تفسير ظاهرة معينة او ايجاد حل لإشكالية معينة وفق طرق علمية و منطقية صحيحة في اطار ما يسمى منهجية البحث العلمي .  
فالبحث العلمي يمر بخطوات و مراحل تتمثل في :

- 1- اختيار الموضوع.
- 2- صياغة عنوان للبحث وفق متغيرات الدراسة .
- 3- صياغة و ضبط اشكالية البحث.

4- البحث عن الوثائق من مراجع و مصادر و معلومات الخاصة بموضوع البحث.

5- مرحلة القراءة .

6- تقسيم البحث.

7- مرحلة تدوين المعلومات.

8- مرحلة اتجاز البحث العلمي وعرض النتائج.

و يجب الاشارة الى ان هناك فرق بين موضوع البحث و عنوان البحث فالموضوع يترجم مجال الاهتمام الذي يريد الباحث الخوض فيه بشرط ان يكون موضوع البحث ذو فائدة و اهمية ،والصياغة الجيدة لعنوان البحث تستوجب وجود العناصر الاساسية لعنوان البحث العلمي من متغير تابع ،ومتغير مستقل ،العلاقة بينهما ،الاطار الزمني ،والاطار المكاني وتجدر الاشارة ان المتغير المستقل هو المؤثر في المتغير التابع و هو الذي يحدد المفهوم الاساسي لمشكلة البحث العلمي . ومن مميزات العنوان الجيد هي الدقة ،الاختصار ،الوضوح . ولا يخلو بحث علمي من اشكالية رئيسية التي بدورها لها ضوابط في صياغتها باعتبارها المحور الاساسي الذي يدور حولها البحث التي تعني ان هناك حالة او غموض اثار فضول الباحث مما خلق عنده رغبة في التقصي لاستكشاف الاسباب و اقتراح الحلول حيث تتم ترجمة الاشكالية الى سؤال عام فالاشكالية هي بمثابة " فجوة علمية يجب ايجاد حل لها " . الاشكالية يمكن لها ان تؤدي الى تفسير ظاهرة معينة ،اختبار فرضية معينة ،تقييم الوضع الراهن، او تغطية النقص في المعلومات . ولصياغة الاشكالية هناك طريقتين : طريقة تقليدية ،طريقة السؤال المحوري .

اما فرصيات الدراسة فهي عبارة عن اجابة مؤقتة و محتملة للاشكالية يقبلها المنطق و تعتمد على اسس علمية .حيث تساعد على ايجاد العناصر التي تفسر الظاهرة العلمية فهي اتجاه تفسيري للباحث من مميزات انها : واضحة ،مختصرة ،قابلة للاختبار مبنية على اسس علمية تتكون من حدين يتم الجمع بينهما في علاقة محددة تنقسم الى نوعين فرضية صفرية و فرضية بديلة.

كما انه لا يخلو بحث علمي من الاعتماد على دراسات سابقة قد يعتمد الباحث على الاستدلال بها او نقدها و من المنهجية الجيدة في البحث العلمي هو استعانة الباحث باكثر من دراسة سابقة و الاشارة اليها في بحثه بالاشارة الى العناصر التالية في الدراسة السابقة : هدف الدراسة اسم المؤلف ،سنة الدراسة ،واسم الدراسة ،اداة الدراسة، ومنهج الدراسة ،نتائج وتوصيات الدراسة .

ملخص البحث اخر ما يتم تناوله في البحث العلمي بعد الوصول الى نتائج و التوصيات الذي يعتمد في صياغته على مدى ترابط متغيرات الدراسة .

في الاخير يمكن القول ان البحث العلمي بدون ضوابط علمية و منطيقية و منهجية صحيحة لا يساوي شيء

**الجواب الثالث :04 نقاط**

**تحديد الفرق بين :**

1- المتغير المستقل يؤثر في المتغير التابع .

2- الاقتباس المباشر هو النقل الحرفي للمعلومة مثل نص قانوني او اية قرآنية .

الاقتباس غير المباشر هو اعادة صياغة الفكرة بأسلوب الباحث او النقل المضمون وليس الحرفي .

3- متغيرات الدراسة هي جزء من ابعاد الدراسة فكل بعد يحتوي على مجموعة من المتغيرات .

**السؤال الثالث - محور منهجية اعداد مذكرة تخرج مؤسسة ناشئة -04 نقاط**

تعتبر شركة ميتا او فايس بوك سابقا من اهم الشركات الناشئة التي عرفت انفجارا هائلا في نموها و اصبحت شركة ذات قيمة سوقية كبيرة .ضع نموذج مخطط العمل التجاري البسيط لها .

<p><b>الشركاء</b> اي جهة تعرض اخبار مقالات صور تطبيقات ...الخ</p>	<p><b>الانشطة الاساسية</b> انشاء و تطوير موقعها الالكتروني – حفظ و معالجة البيانات <b>الموارد</b> -فريق العمل مهندسين مطورين -مراكز البيانات</p>	<p><b>القيمة المقترحة</b> -التواصل الاجتماعي للاصدقاء الاقارب ...بسهولة -التعبير عن النفس او الانشطة او صناعة محتوى -الاعلان</p>	<p><b>العلاقة مع العملاء</b> بطريقة اتوماتيكية عبر الرسائل الالكترونية <b>قنوات التواصل</b> -الموقع الالكتروني -تطبيقات الموبايل</p>	<p><b>العملاء</b> -مستخدمي الانترنت -اصحاب الاعلانات</p>
<p><b>التكاليف</b> تكلفة التسويق-تكلفة التطوير –تكلفة تشغيل مراكز البيانات . -المصاريف الادارية و العمومية .</p>		<p><b>الايادات</b> دخل الاعلانات</p>		

<b>اللقب:</b> <b>الاسم:</b> <b>الفوج:</b> <b>التقييم:</b>	جامعة عباس لغرور خنشلة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير سنة أولى ماستر تسويق الخدمات/ السداسي الثاني	 جامعة عباس لغرور خنشلة ABBES LAGHROUJ UNIVERSITY KHENCHELA
	<b>اختبار في مادة تسويق الخدمات العمومية</b>	22 ماي 2025 14:30-13:00

س1: ما هي خصائص المؤسسات الخدمية العمومية (بالترتيب)..... 6ن

1 وجود شخصية معنوية	5 عدم وجود سوق تنافسية	9 اللامركزية الإدارية
2 تخصص المنظمة	6 كونها مرفقاً عاماً	10 الوصاية الإدارية
3 عدم وجود حافظ الربح	7 الالتزام بالقواعد القانونية والنظم	11 درجة المرونة
4 حجم المشروع	8 استقلال الذمة المالية	12 التوسط في بعض الأمور

س2: ما هي الإجراءات اللازم القيام بها لفهم احتياجات المواطنين (العملاء) ..... 3ن

- فهم سلوك العملاء: من المهم تحليل سلوك العملاء وفهم احتياجاتهم ورغباتهم لتقديم خدمات مُخصصة تلي توقعاتهم.
- التركيز على جودة الخدمة: يجب على المؤسسة الخدمية العمومية التركيز على تقديم خدمات عالية الجودة تلي احتياجات العملاء، والتأكد من أن الخدمات المقدمة تلي احتياجات وتوقعات الجمهور من حيث الجودة.
- قياس رضا العملاء: يجب قياس رضا العملاء بشكل دوري لتقييم مستوى الخدمات المقدمة وتحديد نقاط القوة والضعف.

س 3 توسع مفهوم التسويق من ناحيتين، اشرح ذلك باختصار؟ ..... 2ن

- 1- التوسع من ناحية الوظائف: في المفهوم البيعي كان التسويق يبدأ لما يكون الإنتاج جاهزا والسعر محددًا. وشيئا فشيئا توسعت وظائف التسويق، حتى أصبحنا اليوم نتكلم عن التسويق الاستراتيجي والتسويق الوظيفي.
- 2- التوسع من ناحية القطاعات: لمدة طويلة انحصر تطبيق التسويق في مجال المؤسسة الخاصة، ثم توسع تطبيقه إلى المؤسسات العامة والمؤسسات غير الهادفة للربح.

س4 ما هي نظم الخدمات العمومية، مع إعطاء مثال من المؤسسات الجزائرية لكل نظام؟ ..... 2ن

- نظام الخدمة العامة المفتوحة، مثل البلديات حيث يتم التوظيف حسب نوع الخدمة
- نظام الخدمة العامة المغلقة مثل الضمان الاجتماعي، حيث يتم تكوين الافراد لشغل وظائف معينة.

س 5 ما هي المبادئ التي توصل اليها Louis Rolland في 1930، من خلال نظرية الخدمة العامة؟ ..... 1.5ن

الاستمرارية، المساواة، الموازنة.

س6: أذكر التغيرات التي طرأت على مفاهيم التسويق بعد أن أصبح يستخدم في كل القطاعات ..... 2ن

- بدلا عن "المؤسسة" أصبح الكلام عن "التنظيم (L'organisme)".
- بدلا عن "بيع منتجات" أصبح الكلام عن "التأثير عن المواقف والسلوكيات".
- بدلا عن "المستهلكين" أصبح الكلام عن "الجمهور".
- بدلا عن "تحقيق الأرباح" أصبح الكلام عن "تحقيق أهداف".

س 7 اشرح خاصية "الاستقلالية اتجاه السوق" ..... 2ن

الاستقلالية اتجاه السوق: الخدمات العمومية لا تخضع لقانون السوق، فهي لا تتأثر بالطلب والعرض، حيث يلاحظ ثبات أسعار الخدمات العمومية غير مجانية على المدى الطويل، وانعدام المنافسة في أغلب الخدمات العمومية؛ أي أن سلطة السوق محدودة بالنسبة لقطاع الخدمات العمومية.

س 8 كيف يتم قياس الجودة المهنية ..... 1.5

ويتم ذلك من خلال قياس:

- قياس الجودة بدلالة المدخلات.
- قياس الجودة بدلالة العمليات.
- قياس الجودة بدلالة المخرجات.

اللقب:	جامعة عباس لغرور خنشلة	 جامعة عباس لغرور خنشلة ABBES LAGHROUJ UNIVERSITY KHENCHELA
الاسم:	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	
الفوج:	قسم علوم التسيير	
التقييم:	سنة أولى ماستر تسويق الخدمات/ السداسي الثاني	
اختبار في مادة تسويق الخدمات العمومية		22 ماي 2025 14:30-13:00

س1: ما هي خصائص المؤسسات الخدمية العمومية (بالترتيب).....6ن

1	5	9
2	6	10
3	7	11
4	8	12

س2: ما هي الإجراءات اللازم القيام بها لفهم احتياجات المواطنين (العلاء) .....3ن

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

س3 توسع مفهوم التسويق من ناحيتين، اشرح ذلك باختصار؟ .....2ن

.....

.....

.....

.....

.....  
.....

س4 ما هي نظم الخدمات العمومية، مع إعطاء مثال من المؤسسات الجزائرية لكل نظام؟ ..... 2ن

.....  
.....

س 5 ما هي المبادئ التي توصل اليها Louis Rolland في 1930، من خلال نظرية الخدمة العامة؟ ..... 1.5ن

.....  
.....

س6: أذكر التغيرات التي طرأت على مفاهيم التسويق بعد أن أصبح يستخدم في كل القطاعات ..... 2ن

.....  
.....  
.....  
.....

س 7 اشرح خاصية "الاستقلالية اتجاه السوق" ..... 2ن

.....  
.....  
.....  
.....

س 8 كيف يتم قياس الجودة المهنية ..... 1.5

.....  
.....  
.....  
.....

بالتوفيق



الابتكار المنقطع والابتكار الهندسي. الفرق هو في الطريقة التي يتم بها إنتاج المنقطع على التكنولوجيا أو التصديق (1) على إحداهن وهنك المستطاد) أما الهندسي فأقرب التصديق منخصص

ابتكارات الاتباع والابتكارات المعركة تتبع إحتياجات السوق (تضمن التقدم والتجديد) أما النوع الثاني فيقتصر (1) داخل المؤسسة دون العلاقة مع السوق (المسوق)

ثالثاً: الذكر الاستراتيجية الابتكارية مع التعليل موضعها أن أي مصنوعة تلتقي (3)

مؤسسة صغيرة تقدم خدمات تقليدية في منطقتها إبتكارية الأجيال (أنواع العتمة) مصنوعة Ansoff على التكنولوجيا (1) اعتماد تقنية الذكاء الاصطناعي في طرح خدمة الروبوتات الجليسة والسوقها نحو دول الخليج العربي للتجديد - مصنوعة المنع

التكنولوجيا من ألقاب الأبعاد - تقنية جديدة - خدمات جديدة - سوق جديد (1)

مؤسسة نقل لوجستي قوي فتح فروع لها في المدن المغاورة تقنية السوق - Ansoff - خدمات جديدة تساهم في حيا السوق (1)

بني البنوك لوسائل الدفع الإلكتروني والمنتجات التقنية للضيوف - علاقة الأبعاد - تكنولوجيا جديدة - خدمات جديدة - سوق جديد (1)

خدمة النقل بسر التي تعتمد تكنولوجيا الموقع وتوسعها في ولايات جزائرية إبتكارية للتوسع - علاقة الأبعاد (1)

التكنولوجيا الجديدة والخدمة موجودة في إطار أسواق جديدة (1)

وأبداً بقاء على خصوصية العملية الابتكارية فإن القائمون عليها يحرصون على نجاحها ونجاحها الاقتصادية؛ فهناك العديد من النظريات والنماذج التي تفسر العملية الابتكارية الناجحة في المؤسسة. أذكرها موضعاً أيضاً نوع المؤسسات لكل نظرية ونوع الابتكار الممكن تبينه ؟ (5)

مقدمة - في إطار دمج الابتكارات وخصائص المؤسسات الخدماتية (1,6)

المعرض : ذكر النظريات والنماذج :

1- نموذج ووترمان وبيترز (البحث عن التفرق) - لا يختلف في التعريف واستقلال المؤسسات وتنمية العلاقات في المؤسسة الداخلية (1)

2- نموذج كليفر و كاميني (الأداء المتأخر) - وخصي للمؤسسات الخدماتية أن يكون يتفقاً التنظيمية وضرورة فرض البيع المشرك (1)

3- النموذج الكروي - الحاجة هي أهم الإبتكار أين يتم توجيه لاصح طلباً بما إلى الإبتكار ويكون في المؤسسات الكبرى - وتصح بالإبتكار الجديد (1)

4- نموذج التركيب الكروي - ينص التخصيمات على الخدمات ويكون في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (1,5)

5- نموذج القائق أو ما وراء المنطق القادح - البحث عن الجهات التي توفرت في صياغة أفضل لنوع النموذج بأشكالها الجديدة وهو يتطلب موارد مالية كبيرة لذلك يكون في المؤسسات الكبرى (1)

خاتمة : يتم تصنيف المنطوق إلى أن نجاح العملية الإبتكارية في المؤسسات الخدماتية يمكن مقدره على كل النماذج المعايير وفتاها خدمات المؤسسات يمكنها ذلك لها وهي أيضاً خاضعة للإبتكارية وتوجهات السوق (1,5)

## الإجابة النموذجية لامتحان مقياس: تسويق الخدمات المالية

### السؤال الأول: اختر الإجابة الصحيحة (5ن)

- 1- الترويج هو عنصر من عناصر المزيج:التسويقي
- 2- الاتساق هو عنصر من عناصر المزيج : الخدمي
- 3- الوكالات المتعاقدة مع البنك تلعب دور :المساعد
- 4- شركات التأمين تعتبر مؤسسات: غير مصرفية
- 5- إذا كان الطلب على الخدمة المالية غير مرنيجب :رفع السعر
- 6- إذا كانت الموارد قليلة يفضل اللجوء إلى استراتيجية : التسويق الموحد أو المركز
- 7- كم عدد مستويات الخدمة التي حددها كوتلر: ثلاثة
- 8- استراتيجية الدفع تعتمد أكثر على : البيع الشخصي
- 9- استراتيجية السحب تعتمد على : الإعلان
- 10- المنتجات المالية في تسعير الخدمة التأمينية: تخصم منه

### السؤال الثاني: أجب بصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ إن وجد(4,5ن)

- 1-خطأ: السوق تسويقيا هو مجموع الزبائن الحاليين والمحتملين الذين لديهم الرغبة والقدرة لشراء السلع والخدمات المعروضة لإشباع حاجاتهم ورغباتهم .
- 2-خطأ: درجة المخاطرة تكون أقل
- 3-صحيح فقط عند المؤسسات تكون أكثر دقة وتفصيل
- 4- خطأ : يسمى القسط التجاري
- 5-خطأ: تقوم شركات التأمين بتحديد ما منفردة أو مجتمعة في هيئة اتحادات، كما قد تفرضها الحكومات على شركات التأمين كما هو الحال في التأمينات الإجبارية

### السؤال الثالث: أهم خصائص الخدمة التأمينية (3ن)

- دورة الإنتاج فيها معكوسة: ذلك لأنّ يتم تحصيل الإيرادات مسبقا مقابل الجهد لتأمين النفقات والتكاليف الممكنة مستقبلا.
- خدمة التأمين هي خدمة أجلة وليست حاضرة مثل باقي الخدمات: وذلك لأنها مرتبطة بالخطر، قد يتحقق أو لا يتحقق
- أسعار التأمين لا يحددها العرض والطلب ولا التكلفة التاريخية: أسعار التأمين تقوم شركات التأمين بتحديد ما منفردة أو مجتمعة في هيئة اتحادات، كما قد تفرضها الحكومات على شركات التأمين كما هو الحال في التأمينات الإجبارية.
- مردودية المنتجات المقترحة التي لا يمكن ادراكها بصفة حقيقية: إلا بعد عدّة سنوات، وهذا راجع لتطور الحوادث كزيادة الكوارث الطبيعية وارتفاع السرقة وزيادة حوادث المرور، ... الخ، الأمر الذي يعكس سلبا على مؤسسات التأمين، و هو ما يدفعها لدراسة هذه العوامل والتنبؤ بتطورها المستقبلي.
- التأمين منتج ثانوي: إذ يجب تملك الشيء المراد التأمين عليه أولا
- مستوى المعرفة والثقافة بالتأمينات من جهة الزبائن تنبثق ضعيفة.

### السؤال الرابع: آلية تحقيق الربح في المؤسسة المالية وعلاقتها بسعر الخدمات (3ن)

$$\begin{aligned} & (+) \text{ الإيرادات من الفوائد المدينة (فوائد القروض).} \\ & (-) \text{ مصاريف الفوائد الدائنة (فوائد الودائع)} \\ & = \text{ صافي الدخل من الفوائد (الهامش)} \\ & (+) \text{ الإيرادات من عمليات التشغيل (دون فوائد القروض)} \\ & (-) \text{ المصروفات على عمليات التشغيل (دون فوائد الودائع)} \\ & = \text{ الربح (الدخل) قبل الضريبة.} \end{aligned}$$

### السؤال الخامس:

1- المقارنة بين المداخل الاستراتيجية لاستهداف السوق للمؤسسة المالية (4,5ن)

التسويق الموحد	التسويق المتباين	التسويق المركز
يفترض أن العملاء في السوق المستهدف لديهم نفس الحاجات لخدمة معينة	يتم التعامل مع أكثر من جزء كسوق مستهدف	يركز على جزء معين من السوق ويختاره كسوق مستهدف
يقوم بتطوير مزيج تسويقي وحيد للسوق	تصميم مزيج تسويقي مناسب لكل جزء من الأجزاء المختارة	يقوم بتطوير مزيج تسويقي واحد للسوق المستهدف
هذه الطريقة تقلل من التكاليف	هذه الطريقة تزيد من حجم التكاليف ولكن المرودية كبيرة أيضا	تقليل التكاليف مع حجم كبير أيضا من المبيعات من خلال وصوله إلى ذلك الجزء من السوق





<b>اللقب:</b> <b>الإسم:</b> <b>الفوج:</b> <b>التقييم:</b>	جامعة عباس لغرور خنشلة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير سنة أولى ماستر تسويق الخدمات/ السداسي الثاني	 جامعة عباس لغرور خنشلة ABBAS LAGHROUJ UNIVERSITY KHENSHELA
	<b>اختبار في مادة إدارة جودة الخدمات</b>	14 ماي 2025 14:30-13:00

س1: من يسيّر مصلحة الجودة في المؤسسة؟ ..... 2

تسيير مصلحة الجودة في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من طرف شخص واحد وظيفته هي إعداد الوثائق. أما في المؤسسة الكبيرة، فتسير من طرف عدة فرق والتي تمثل تقريبا 2% من مجموع عمال المؤسسة.

س2 مهما تعددت التعاريف والمداخل لمفهوم الجودة إلا أنها تشترك في أربعة عناصر رئيسية، أذكرها؟ ..... 2

الجودة "درجة التفضيل"	الجودة "المطابقة مع المتطلبات"
الجودة "المطابقة للاستعمال"	الجودة "التّركيز على الزّبون"

س3 اشرح بعد " الوصول للخدمة Accessibility ..... 1.5

لا يتضمن هذا البعد الاتصال فحسب، ولكن كل ما من شأنه أن ييسر من الحصول على الخدمة، مثل ملاءمة ساعات العمل، وتوافر عدد كاف من منافذ الخدمة، وملاءمة موقع المنظمة.

س4 ما هي الأهمية النسبية للأبعاد التي يحكم بها الزبون على جودة الخدمة حسب kotler؟ (بالترتيب) ... 2.5

الاعتمادية (32%)	الاستجابة (22%)	الأمان (19%)	اللباقة (16%)	المادية (11%)
------------------	-----------------	--------------	---------------	---------------

س5 ما هي خطوات عملية تخطيط الجودة؟ ..... 3

- 1) تحديد العملاء الحاليين والمرتبين (المحتملين) من خلال تحديد أهمية أو وزن كل نوع منهم.
- 2) تحديد مطالب الزبائن والمتمثلة في: الأهداف، الحاجات، الرغبات والتوقعات.
- 3) تحديد خصائص المنتج (الخدمة).
- 4) تحديد خصائص عمليات الإنتاج أو تقديم الخدمة.
- 5) تحديد مقدر عملية الإنتاج ومراقبتها.
- 6) تحديد أهداف الجودة.

س 6 ماهي المتطلبات الاساسية لخلق الرغبة لدى العملاء؟ ..... 5ن

1. العرض السليم لمزايا الخدمة المقدمة بالتركيز على خصائصها ووفرتها.
2. التركيز على نواحي القصور في الخدمات التي يعتمد عليها العميل مع الالتزام بالموضوعية في إقناع العميل بالتعامل في خدمة أخرى لتفادي القصور.
3. اعتماد كافة المعدات البيعية كوسيلة للتأثير على حاسة السمع واللمس والنظر والشم والتذوق إلخ فالرؤية أو اللمس تعني عن الاستماع.
4. ترك الفرصة للعميل لكي يستفسر عن كافة الأمور التي يجب أن يستوضحها وأن يكون مقدم الخدمة مستعدا للرد على تلك الاستفسارات بموضوعية ودقة مما يجعل العميل مستعدا لاستكمال إجراءات اقتناء الخدمة.
5. التركيز على الجوانب الإنسانية في التعامل كالترحيب والابتسامة والشعور بأهمية توفير الحاجات الحالية والمستقبلية للعملاء.

س7 ما هي الإجراءات اللازمة لمعالجة شكاوى العملاء في الخدمات؟ ..... 2ن

- الاعتذار لهم وإشعارهم بأهمية الشكوى المقدمة لهم.
  - تعويضهم عن الخسارة الناجمة عن ذلك.
  - استبدال السلع المستخدمة في الخدمات.
  - تقديم الشكر للعملاء وتعظيم دورهم في دعم المؤسسة وتوفير الخدمات الجيدة بصورة دائمة.
- س 8: إلى أي مدخل ينتمي إليه تعريف الجودة التالي: يقصد بالجودة من خلاله بأنها ملائمة المنتج للاستخدام، وهذا يتفق مع ما ذهب إليه Jauran بأن الجودة ملائمة المنتج للاستخدام.....2ن
- مدخل يعتمد على المستخدم

بالتوفيق . أ. حجال