

الفصل الأول

إدارة التسويق

Marketing Management

المحتويات

- مفهوم التسويق
- خصائص النشاط التسويقي
- مراحل تطور الفكر التسويقي
- عناصر المزيج التسويقي
- بحوث التسويق

مفهوم التسويق

“الوسيلة التي يستخدمها المنتج لتقديم المزيج التسويقي من منتجات و تسعير و ترويج و توزيع لإشباع احتياجات ورغبات المستهلكين وتحقيق أهدافهم المختلفة داخل حدود المجتمع الذي يعملون فيه”

خصائص النشاط التسويقي

- التسويق عملية مخططة
- يتم التسويق بوجود سلعة أو خدمة أو فكرة
- لا بد من وجود طرفين ليتم التسويق
- عناصر التسويق: المنتج، السعر، التوزيع ، و الترويج
- دراسة ظروف البيئة لتصميم المزيج التسويقي
- هدف التسويق تحقيق رغبات المستهلك
- المنافع التي يحققها التسويق: شكلية، أو زمنية، أو مكانية أو حيازية
- التسويق مهم لجميع المنظمات
- التسويق يبدأ قبل و أثناء و بعد عملية الانتاج

مراحل تطور الفكر التسويقي

- مرحلة المفهوم الانتاجي للتسويق
- مرحلة المفهوم البيعي للتسويق
- مرحلة المفهوم الحديث للتسويق
- مرحلة المفهوم الاجتماعي للتسويق

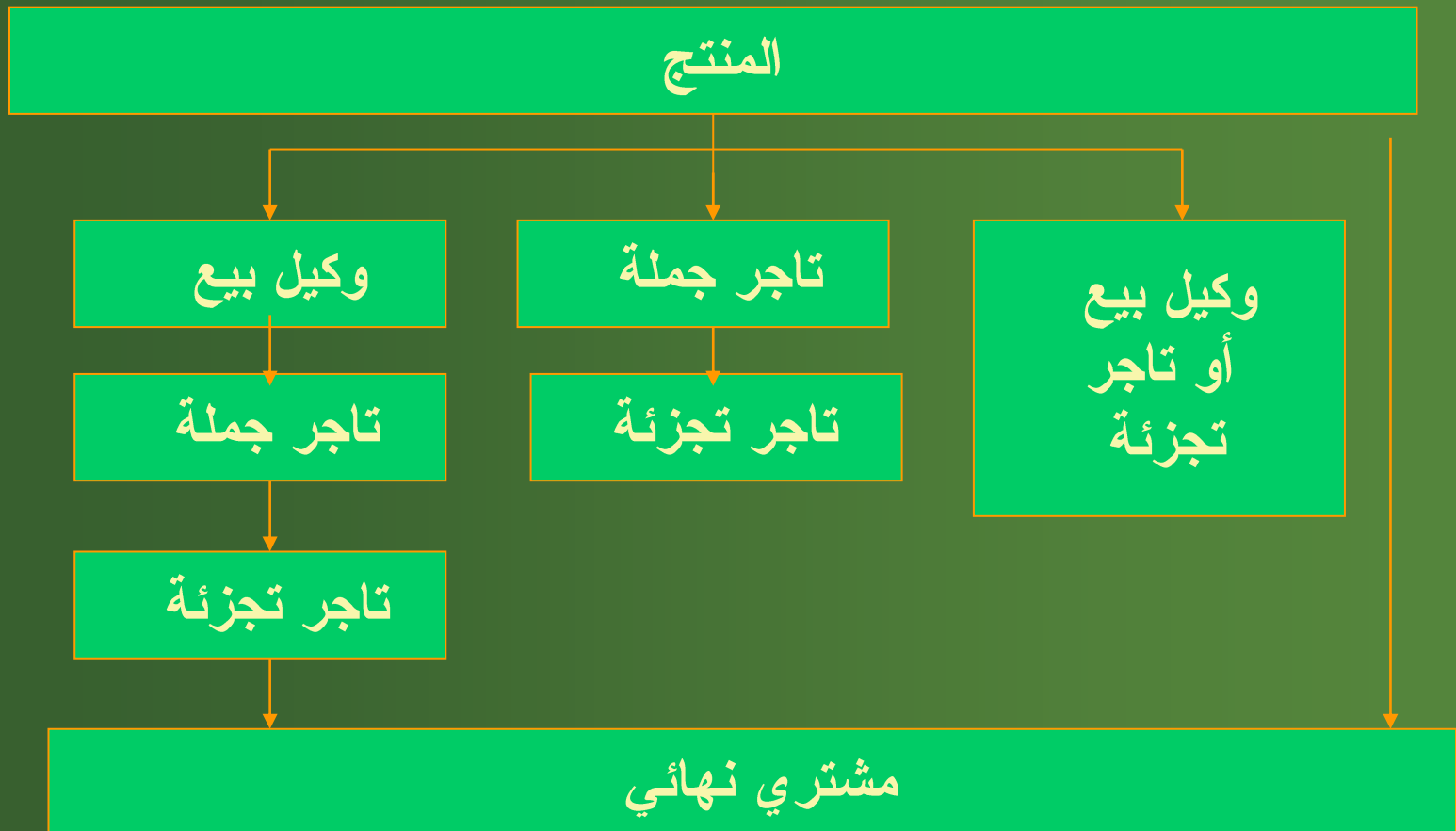
عناصر المزيج التسويقي



عناصر المزيج الترويجي



منافذ و قنوات التوزيع



بحوث التسويق

عملية منظمة لجمع و تصنيف و تحليل المعلومات
التسويقية اللازمة لإعداد تقارير موسعة عن ما يحدث
في السوق لمساعدة المدير على اتخاذ قراره