

-المحاضرة الثالثة-

مبادئ التسويق

(د/محمد الشوادفي)

س / أهمية التسويق بالنسبة للمنظمة؟

ج / يعد التسويق موجهة لباقي الوظائف في المنظمة.

س* / أهمية التسويق بالنسبة للمجتمع؟

ج* / - تعزيز الوعي بالعلامات التجارية

-تحسين الاقتصاد المحلي من خلال انشاء

فرص عمل جديدة

-يعزز التسويق التنمية الاقتصادية والاجتماعية

للمجتمع بشكل عام.

س** / أهمية التسويق بالنسبة للمستهلك؟

ج** / - يعمل التسويق علي توفير معلومات عن

المنتجات والخدمات الموجودة في السوق بالاضافه

الي المزايا والعيوب

مما يمكن المستهلك منى اتخاذ قرارات مستنيرة
ومعلومة عند الشراء

-التسويق اداه رئيسية للمستهلك لتلبيته احتياجاته
والحصول علي منتجات عاليه الجودة والاستفادة
من الخيارات المتاحة في السوق بشكل أفضل.

بداية الفصل الثاني.

-*القوي البيئية المؤثرة علي عملية التسويق

البيئة: هي كل مايحيط بالانسان

القوي البيئية نوعين:

ا-خارجيه عامة	خارجيه خاصه
---------------	-------------

- هي كل مايحيط بالبيئة الخاصه بيا ● وليكن المدرج مثلا يبقي كل ما هو خارج المدرج بيئة خارجيه عامه - ولا يمكن التحكم بها	-هي كل ما هو داخل البيئة الخاصه بيا ● وليكن المدرج اذا هو طل ما هو داخل المدرج -يمكن التحكم بها
--	--

البيئة التنافسية	البيئة القانونية
الاستهلاكية	الاقتصادية
التمويلية	الاجتماعية
الموردة	القانونية
	التكنولوجية

-العلاقة التي تربط بين المشروع والبيئة المحيطة؟

العلاقة بين المشروع والبيئة المحيطة علاقة تبادلية

-يجب ان يتم تقييم الادارة العلاقة بين البيئة المحيطة والمشروع بعناية ويجب علي المشروعات تطبيق ممارسات الاستدامة وتكون شفافة في التعامل مع البيئة المحيطة كما ينبغي علي الجهات المعنية ان تعمل معا للحفاظ علي البيئة وتحقيق الاهداف وحماية المشروع.

**** هناك أربع عناصر أساسية**

-مدخلات -عمليات - مخرجات -- feed back

المدخلات : هي عبارة عن موارد : مادية-وبشرية.
العمليات :في المصانع مثلا عمليه انتاجية
-- والكليات والمدارس عمليه تعليميه.
المخرجات: هي الناتج النهائي للعمليات السابقه
وبيكون علي حسب المنتج قدر يحقق الكفاءة المطلوبة ولا
لاء؟!!

التغذية العكسية: ال feed back
:هي الايجابيات والسلبيات ال باخذها كرود فعل وابدأ
اشتغل عليها واطورها واكل من سلبياتها.

*الابداع – فكرة مطورة

*الابتكار – فكرة من العدم

-خطوات تحديد الفرص التسويقية؟

- التعرف علي المؤثرات البيئية العامة
- تقييم نشاط المنافسين
- تقييم امكانيات المنشاه المتاحة
- تحديد شرائح السوق المستهدفه
- تحديد حجم الطلب في شرائح السوق المستهدفة
- اختيار شرائح السوق المستهدفة.

مثال*

أهمية اختيار المعارض؟
مكان مناسب -القاهرة- في معرض الكتاب
فئة مناسبة – الطلاب وباحثي العلم
وقت مناسب-وقت اجازات م الدراسة.