



## الوظيفة التسويقية للمنظمة

الوظيفة التسويقية للمنظمة

بعد الانتهاء من هذه الوحدة يجب ان نتعلم

- مفهوم التسويق .
- تعريف التسويق .
- معرفة تطور الفكر التسويقي .
- التعرف على إستراتيجيات المزيج التسويقي .

عناصر الوحدة التي سوف نتكلم عنها

- \* مفهوم التسويق .
- \* تعريف التسويق .
- \* تطور الفكر التسويقي .
- \* إستراتيجيات المزيج التسويقي .

إستراتيجية المنتج .

إستراتيجية التسعير .

إستراتيجية التسويق .

إستراتيجية الترويج .

مفهوم التسويق : هو خلق وإيجاد المستهلك والحفاظ عليه

مسئوليات قسم التسويق

إمداد الادارة بالتفاصيل الخاصة بالعملاء وإحتياجاتهم .

- 
- تصميم سياسة السلع التي تقوم على أساس ما هي رغبات العملاء .
  - وضع هيكل الاسعار والخدمة المقدمة .
  - إعداد الحملات التسويقية .
  - إيجاد شبكة فاعلة للتوزيع وإختيار القنوات التسويقية .
  - تقييم النشاط التسويقي ومحاولة التنبؤ بما يحتاجه المستهلكين لتحقيق رغباتهم .

تعريف التسويق : هو عملية تخطيط وتنفيذ كل ما يتعلق بالتسعير والترويج وتوزيع الافكار والسلع والخدمات لخلق تبادل لاشباع الاهداف المشتركة .

تطور الفكر التسويقي : تطور الفكر التسويق كوظيفة من وظائف المشروع على أربع مراحل وهي كالتالي : -

- التوجه الانتاجي .
- التوجه البيعي .
- التوجه التسويقي .
- التوجه نحو المفهوم الاجتماعي للتسويق .

عناصر المزيج التسويقي : ينقسم المزيج التسويقي إلى وهم كالتالي :

- المنتج .
- التسعير .
- التوزيع .
- الترويج .

اولا المنتج

يعرف المنتج على انه أي شئ يشتريه المستهلك لاشباع رغباته .

أبعاد المنتج

المنفعة الاساسية " ما هية المنتج المنفعة الاساسية للمنتج "

الخصائص المادية للمنتج " الاسم التجاري ، والتغليف ، ودرجة الجوده والشكل ، والتصميم "

الخدمات المصاحبة للمنتج " مثل التركيبات والتوصيل وخدمات ما بعد البيع "

تقسيمات السلع

تقسيمات السلع

1- السلع الاستهلاكية .

السلع الميسرة .

السلع الاساسية .

السلع العفوية .

سلع الطواري .

2- سلع التسوق .

3- السلع الخاصة .

4- السلع الانتاجية .

ثانياً : التسعير

هي الخطة المتبعة لتحقيق الاهداف السعريه المناسبه هناك سياسات ممكن اتباع أحدها وهي

1- سياسة كشط السوق .

2- سياسة إختراق السوق .

3- سياسة الاسعار النفسية .

4- سياسة الاسعار الترويجية .

ثالثاً : التوزيع

عملية التوزيع تعتبر عمليه مهمه من المزيج التسويق وتتم هذه العميلة من خلال

قنوات التوزيع

- المساهمة في خفض تكاليف وظيفه التوزيع .

- أحيانا يتم عمية التسويق نيابة عن المنتج

- تمويل بعض المنتجين اللذي يتعرضون لصعوبات مالية لصغير حجمهم .

هياكل قنوات نظام التوزيع .

---

- نظام التوزيع المباشرة

- نظام التوزيع غير المباشر

قنوات التوزيع غير المباشر

رابعاً : الترويج

يعتبر الترويج من المكونات الاساسية لنظم التسويق في المؤسسات حيث يهدف إلى تحقيق الاتصال الفعال بين الافراد والمنظمات بشكل مباشر أو غير مباشر .

---

جميع الحقوق محفوظة © مجلة المحاسب العربى