

الاستاذة : ريغي أسماء

مقياس:إشهار

المحاضرة الخامسة:التسويق

يعتبر النشاط التسويقي من أهم الأنشطة الرئيسية في المنظمات و المؤسسات الاقتصادية تجارية أو خدماتية هذا الى جانب نشاط الانتاج حيث تحقق التكامل بينها من أجل تحقيق الهدف النهائي المتمثل في الربح مع اضافة جانب الخدمة النافعة للمجتمع.

تلخص الدكتورة فاطمة حسين عواد:

1/ الربح:أهم أهداف المؤسسات الاقتصادية لكن يخضع لرقابة تنافسية و حكومية ضمن حرية نسبية.

2/النمو:يتحقق بزيادة حصة المؤسسة من حجم السوق أو غزو اسواق جديدة.

3/البقاء :استمرارية المؤسسة من خلال ايجاد فرص تسويقية جديدة و ضرورة تنظيم و تطوير نظم المعلومات التسويقية و يمكن تلخيص الاهداف في النقاط الاتية:

المنتج المناسب/تقديم المنتج/المكان المناسب/السعر المناسب/الوقت المناسب.

وظائف التسويق:

يعرف ربحي مصطفى أسس التسويق المعاصر للوظيفة التسويقية أنها:"مجموعة الأنشطة المتخصصة ذات الصيغة المتكاملة التي يتم تأديتها قبل و أثناء وبعد عملية التحريك المادي للسلع وخدمات من أماكن انتاجها الى أماكن استهلاكها و التي يمكن أن تؤدي من قبل المنتج نفسه".أما الوظيفة الرئيسية للتسويق من تحقيق الاشباع للحاجات والرغبات لدى المستهلكين بأعلى مستويات الكفاية و تصنيف الوظائف التسويقية كالآتي:

وظائف اتصالية:وتتعلق بكافة الأنشطة التي تستهدف البحث عن المشترين و بائعين للسلعة.

وظائف المبادلة: وتضم أنشطة البيع و الشراء و مايرتبط بها من عمليات و اجراءات.

وظائف ترويجية: تشمل كافة الانشطة التي تستهدف التأثير على الأفراد وإقناعهم بالسلع و الخدمات المنظمة لاستمالة سلوكهم الشرائي و يضم ذلك الوسائل الترويجية المختلفة كالإعلان والدعاية....

وظائف التسعير: تشمل تحديد السعر المناسب الذي يجب أن يكون حاليا الى المستوى الذي يمكن من تغطية التكاليف المختلفة لسلعة و منخفضة الى المستوى الذي يمكن خلاله استمالة الافراد لشراء السلعة.

وظائف تسهيلية: تشمل تدرج السلع و تجزئة الكميات الكبيرة الى كميات صغيرة تتناسب مع الطلب.