



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

مبادئ التسويق 3-602201

أ. رعدة عبدالله الجويسر

الساعات المكتبية

مبنى (١١) - الدور الثاني- قسم التسويق.

الثلاثاء << ١٠:٣٠ ص - ٤:٣٠ م.

الدرجات

اعمال الفصل: (١٠) < حضور+ مشاركة+ انضباط/ (١٠) بحث متعلق بالمادة+ العرض.

الاختبار النصفى: (٢٠) - الأسبوع السادس.

الاختبار النهائى: (٦٠)

طريقة التواصل

rajuwaiser@tu.edu.sa

rajuwaiser@gmail.com

التسويق؟



مفهوم التسويق

الجمعية الأمريكية للتسويق AMA (١٩٨٥، ١٩٦٠، ٢٠٠٣):

” التسويق عملية تنطوي على **تخطيط، تنفيذ، مراقبة** نشاطات مدروسة في مجالات **تكوين، تسعير، ترويج، توزيع** (الأفكار، السلع، الخدمات). من خلال **عمليات تبادل** من شأنها **خدمة أهداف المنظمة و الفرد**.”

مفهوم التسويق

فيليب كوتلر عرف التسويق بأنه:

" **التحليل، التخطيط، التنظيم** و **مراقبة موارد الشركة** و **سياساتها** و **أنشطتها** التي تمس العميل **بهدف** تلبية **حاجات** و **رغبات** **مجموعة مختارة من العملاء**، **يربح** مناسب من خلال **تكملة** أنشطة التسويق".

ماذا يمكن تسويقه؟





الشركة السعودية للكهرباء
Saudi Electricity Company
نعمل بإتقان من أجلكم



الهيئة العامة للترفيه
General Entertainment Authority



TU
جامعة الطائف
TAIF UNIVERSITY

المزيج التسويقي



المزيج التسويقي

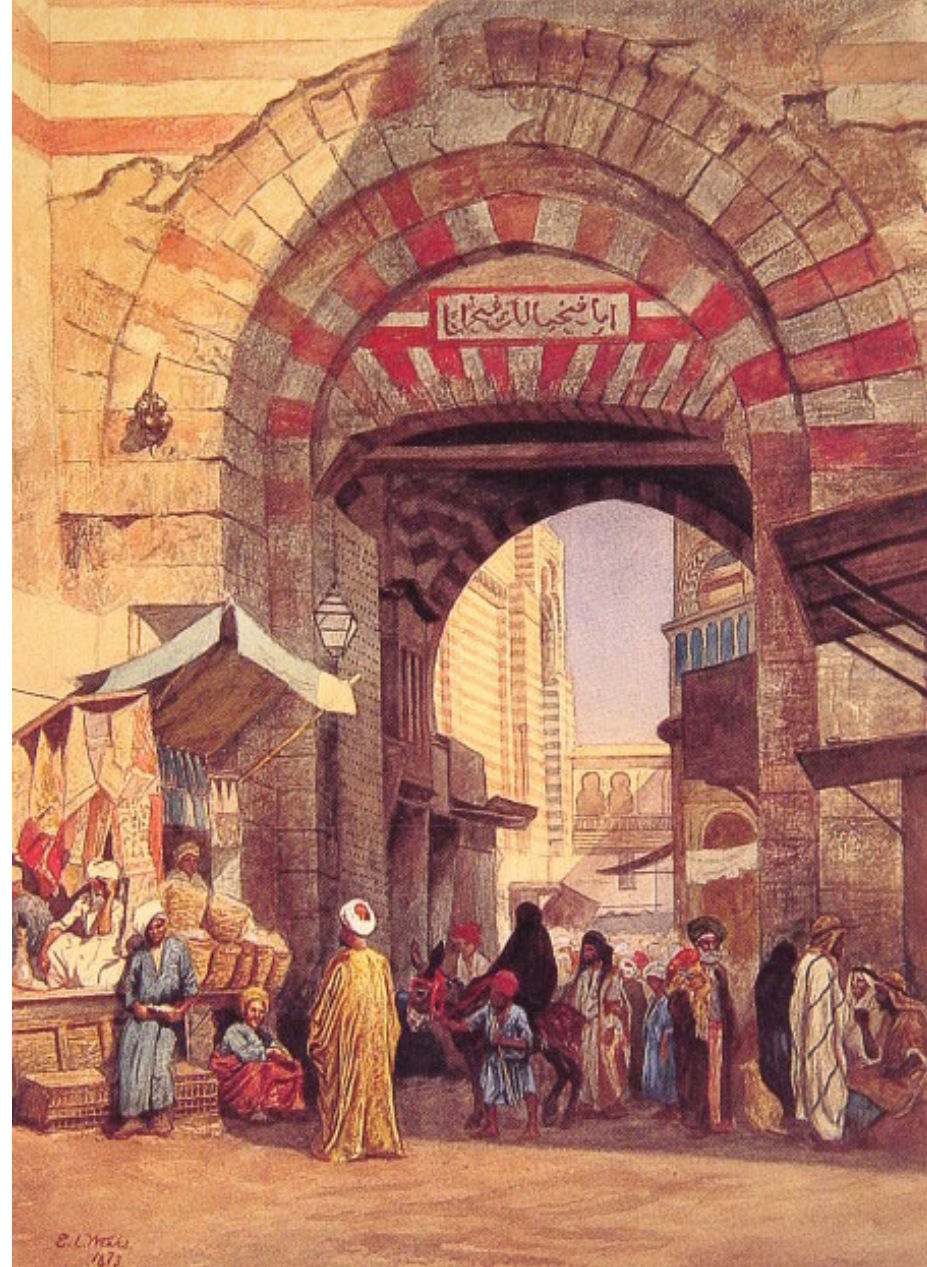


نشأة و تطور علم التسويق



القرن الرابع عشر

نشأة و تطور علم التسويق



نشأة و تطور علم التسويق

□ نشأة علم الإنتاج:

- وظيفة الإنتاج أقدم من وظيفة التسويق، كانت أهم وظيفة في المنشأة.
- عصر السيد و العبيد (الإنسان كالسلعة يباع و يشتري).
- عصر الإقطاع (الملاك و الفلاحون):
 - لا يتقاضى الفلاح اجرا.
 - يطلق عليهم (أقنان الأرض).
- الكنيسة و أخذ الضرائب من الناس، أو تبيع صكوك الغفران مقابل دخول الجنة.

نشأة و تطور علم التسويق

□ نشأة علم الإنتاج:

▪ عصر الموانئ:

- عند اكتشاف الأمريكيتين (القرن ١٥ الميلادي - ١٤٠٠م).
- الموانئ أصبحت مدن.
- تحول الفلاح لعامل في الموانئ.
- تقلص عصر الإقطاع (الفلاحة).
- ظهرت الطبقة الوسطى.
- عصر الرأسمالية (سياسي، اقتصادي).

نشأة و تطور علم التسويق

□ نشأة علم التسويق:

▪ بدأ يظهر علم التسويق (في القرن العشرين) و يختفي علم الإنتاج تدريجيا عندما ظهرت الحاجة لتصريف الكم الهائل من المنتجات.

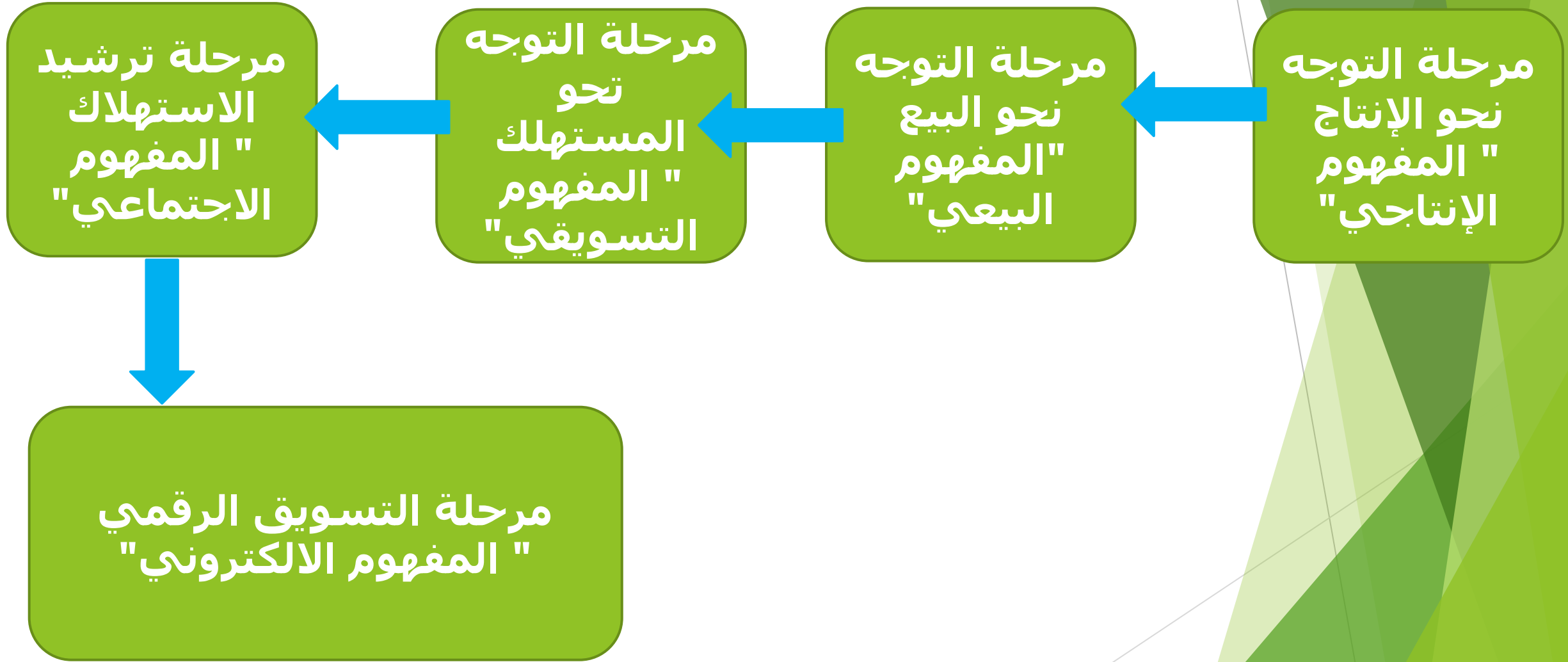
(١) (الإنتاج): كان من أهم وظائف المنشأة لتعظيم أرباحها، و المستهلك ليس له أهمية. كل ما ينتج يباع.

(٢) (البيع): ظهرت (وظيفة البيع) و بدأت تختفي وظيفة الإنتاج.

(٣) (الإعلان، بحوث التسويق): تطورت الآلات و وسائل الإنتاج، و ظهرت الحاجة لتصريف المنتجات و جذب المستهلكين للشراء.

(٤) (التسويق): الاهتمام بالمستهلك، و تبلور مفهوم علم التسويق.

مراحل تطور التسويق



(١) مرحلة التوجه نحو الإنتاج " المفهوم الإنتاجي "



▪ قبل الثورة الصناعية.

▪ الطلب < العرض.

▪ انتاج الحرفيين قليل.

▪ التسويق ليس له حاجة (كل ما ينتج يباع).

▪ الهدف = زيادة الإنتاج لتلبية الطلب المتزايد.

(٢) مرحلة التوجه نحو البيع " المفهوم البيعي "

- بعد الثورة الصناعية.
- إنتاج المصانع < الحرفيين.
- زاد الإنتاج = امتلأت المخازن بالسلع.
- تصريف المنتجات = وظيفة البيع ← الإعلان.
- وظيفتان للتسويق = البيع + الإعلان ← جهود ترويجية لإقناع المستهلك.



(٣) مرحلة التوجه نحو المستهلك " المفهوم التسويقي "

- عام ١٩٥٠ = بعد مرحلة التصنيع " الاتوماتيكي " .
- التركيز على سلع مطلوبة من المستهلك (فقط).
- ظهور وظائف أخرى للتسويق = بحوث التسويق ← الأفكار لمنتجات جديدة.
- اكتملت وظيفة التسويق لتشتمل على:

المزيج التسويقي (قبل اكتماله)			بحوث التسويق	الإعلان	البيع
الترويج	التسعير	دراسات المنتج			

(٣) مرحلة التوجه نحو المستهلك " المفهوم التسويقي "

▪ الفرق بين المفهوم البيعي ✕ المفهوم التسويقي؟

المفهوم التسويقي

- التعرف على حاجات و رغبات المستهلكين قبل تقديم المنتج:
- السوق المستهدف.
 - حاجات المستهلك.
 - التسويق المتكامل.
 - الربحية.

المفهوم البيعي

التركيز على انتاج المنتج ثم البحث عن المستهلكين.

(٣) مرحلة التوجه نحو المستهلك " المفهوم التسويقي "

أكثر الأصناف رواجاً في المملكة العربية السعودية



ابوعزرا
صابون الصند
وارد
محمد صالح باعشن

صابون ابوعزرا المستنار
• مصنوع من لحي واجود انواع الزيت
• رطوبته السخية التامة تحفظ لأمي تقونها

كبيرت الكورة ابو كبريت باعشن مر
• التصادي - بلوم لاه والهداء - 7 بنات
• برطوبة - صنع في معامل قلعة الجبلية



سمن عال العالم ممتاز مائة البقرة

ساشي ابو جبل نمرة ١ ٥٠ طلراف

محمد صالح بن علي باعشن
وارد
بالمملكة العربية السعودية

تجارة عمومية: دقيق - ارز - حنطة - سمن - شياهي ابو جبل - سكر - سكر لوابه ملاقة
الحنطة - صابون ابو غز - صابون بالوليفه - فجاجين شياهي مبروه - فجاجين هبوه بتواها.
ورق لافاة - جرائد - سجائر - قهوة مرري - حيشي - ياقلي - مطبخي - حيل - مطبخي باعشن.
قسم الاقمشة: خام - بنفة - بولين - لاس - حرير اقمش - لاس جاني سنن - شعر الوجود - زفير - شبت - دمشق

مجموعة مزمار البريدية

(٤) مرحلة ترشيد الاستهلاك " المفهوم الاجتماعي "

- ردة فعل لأضرار المنتجات (تلوث البيئة، الصحة، المجتمع).
- أصبحت المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية جزءا من الممارسات التسويقية.
- إنتاج المنتجات التي يرغب بها المستهلك بدون اضرار بالبيئة او به او بالمجتمع.
- ظهور مصطلحات جديدة:
- ترشيد التسويق.
- التسويق الاجتماعي.
- إعادة إنتاج المنتجات المستهلكة.

(٤) مرحلة ترشيد الاستهلاك " المفهوم الاجتماعي "



(٤) مرحلة ترشيد الاستهلاك " المفهوم الاجتماعي "



(٤) مرحلة ترشيد الاستهلاك " المفهوم الاجتماعي "



grey?

gorgeous?

Why can't more women feel glad to be grey? Join the beauty debate.

campaignforrealbeauty.co.uk  | Dove

(5) مرحلة التسويق الرقمي " المفهوم الإلكتروني "

التسويق الإلكتروني	التسويق الإلكتروني	التجارة الإلكترونية
الجهود التي يبذلها المستهلك عبر الإنترنت للبحث عن منتجات محددة و المفاضلة بينها.	تطبيق تكنولوجيا المعلومات بهدف زيادة منافع المستهلك، وتنفيذ الأفكار المتعلقة بالمزيج التسويقي.	أداء العمليات التجارية بين وحدات الأعمال و بين وحدات الأعمال و عملائها باستخدام تكنولوجيا المعلومات و شبكة الاتصالات.



الفصل الثاني

تعريف التسويق و علاقته ببعض العلوم

المحتويات

- ▶ تعريف التسويق.
- ▶ المفهوم القديم و الحديث للتسويق.
- ▶ علاقة التسويق ببعض العلوم.

تعريف التسويق

- عدد هائل من التعاريف.
- طابع سلوكي، كمي، اجتماعي.
- التسويق اخذ نظرياته و أساليبه من عدة علوم: علم النفس، علم الاجتماع، الرياضيات.
- لا يوجد تعريف ثابت للتسويق.
- التسويق = Marketing

تعريف التسويق

الجمعية الأمريكية للتسويق AMA (١٩٨٥، ١٩٦٠، ٢٠٠٣):

"التسويق عملية تنطوي على **تخطيط**، **تنفيذ**، **مراقبة** نشاطات مدروسة في مجالات **تكوين**، **تسعير**، **ترويج**، **توزيع** (**الأفكار**، **السلع**، **الخدمات**). من خلال **عمليات تبادل** من شأنها **خدمة أهداف المنظمة و الفرد**".

تعريف التسويق

فيلب كوتلر عرف التسويق بأنه:

" التحليل، التخطيط، التنظيم و مراقبة موارد الشركة و سياساتها و أنشطتها التي تمس العميل بهدف تلبية حاجات و رغبات مجموعة مختارة من العملاء، يربح مناسب من خلال تكامل أنشطة التسويق".

تعريف التسويق

Cundiff & Still (1998) عرفا التسويق بأنه:

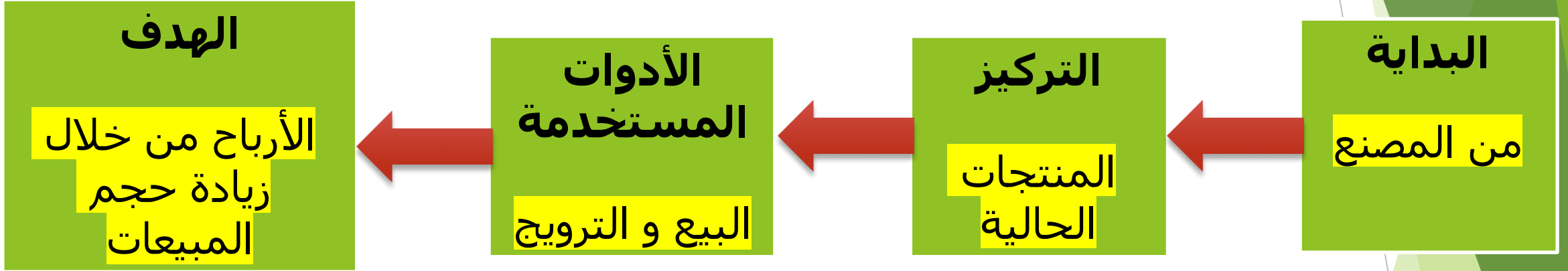
" العملية الإدارية التي يتم بواسطتها تحقيق قدر كبير من المواءمة بين السلع و الخدمات المنتجة من ناحية، و بين الأسواق و العملاء من ناحية أخرى".

(١) وظائف المشروع

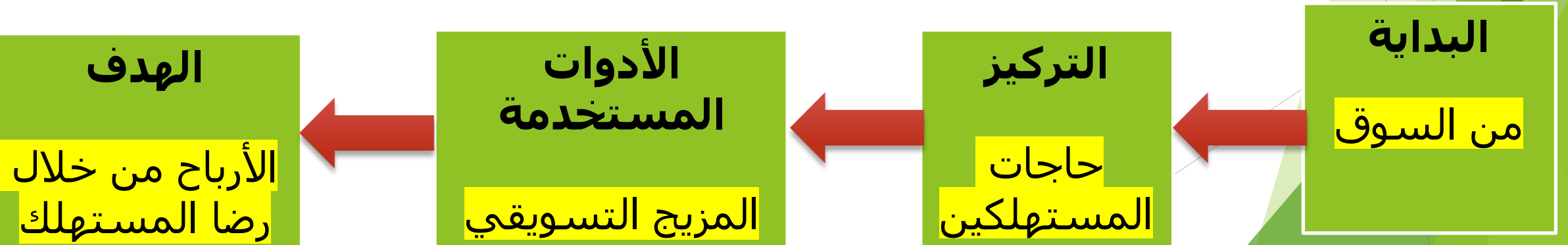
وظائف المشروع	وظائف الإدارة
<ul style="list-style-type: none">• أنشطة يجب على المنشأة القيام بها.• مثل: التمويل، الشراء، الإنتاج (العمليات، البيع، الموارد البشرية... الخ.• أهم ٣ وظائف أساسية لأي منشأة (تقد منتج أو خدمة):<ul style="list-style-type: none">✓ الإدارة المالية.✓ إدارة العمليات.✓ إدارة التسويق.	<ul style="list-style-type: none">• الوظائف التي يقوم بها المدير لممارسة عمله الإداري.• مثل: التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة.

(١) التسويق و البيع؟

✓ مفهوم البيع؟



✓ مفهوم التسويق؟



(١) التسويق و البيع؟

النشاط	المفهوم البيعي	المفهوم التسويقي
المنتج	يتشكل بعد البيع	يتشكل قبل البيع و يستمر في التطور.
التسعير	يطرح السعر الخاص بالمنتج	يتم تقديم السعر مع عروض مصاحبة للأسعار.
الترويج	من خلال الاتصال او البيع المباشر.	من خلال العديد من الأنشطة و مكونات المزيج الترويجي.
التوزيع	في إطار إمكانيات رجل البيع.	في اطار إمكانيات إدارة التسويق.
نقطة البداية	المصنع.	السوق.
التركيز	منتجات الشركة الحالية.	حاجات و رغبات العميل.
الأدوات	البيع.	التسويق المتكامل.
الهدف	بيع اكبر كمية من المنتجات.	تحقيق رضا العميل من خلال إشباع حاجاته.
نوع التخطيط	قصير الأجل.	طويل الأجل.

تعريف التسويق

تعريف التسويق (واضح و يربطه بإدارة الأعمال):

" وظيفة من وظائف المشروع، تبدأ بدراسة السوق و تنتهي بالربح من خلال إشباع حاجات المستهلكين عن طريق استخدام عناصر المزيج التسويقي".

المفهوم القديم و الحديث للتسويق

المفهوم القديم للتسويق

- الفرق بين المفهوم القديم و الحديث لعلم التسويق يتمثل في:
 - نظرة الشركات لوظيفة التسويق (تختلف بين الشركات).
 - معظم الشركات تنظر للتسويق بأنه:
 - الحصول على الأموال (التمويل) ◀ إنتاج السلع (الإنتاج) ◀ البيع (التسويق).
 - سلسلة التسويق بالنسبة للشركات: (المنتج ◀ البيع+الترويج ◀ الأرباح من خلال المبيعات).

المفهوم القديم و الحديث للتسويق

المفهوم القديم للتسويق

■ " القيام بأنشطة العمل التي توجه حركة السلع و الخدمات من المنتج إلى المستهلك"

- مهام التسويق غير ثابتة، **مبعثرة** تحت عدة إدارات أو إدارات **ليست لها علاقة بالتسويق**.
- **المفهوم القديم للتسويق يتحقق في الشركات التي تتبناه من خلال الأعمال التالية:**
 - ✓ تحديد العملاء المحتملين (بحوث التسويق).
 - ✓ قبول و رضا العملاء عن السلع (الإعلان).
 - ✓ التواصل مع العملاء و اقناعهم بالشراء (البيع الشخصي).
 - ✓ عقد الاتفاقات و الشحن (التسعير و التفاوض).

المفهوم القديم و الحديث للتسويق

المفهوم الحديث للتسويق

تحقيق الأرباح من
خلال إرضاء العميل

التسويق المتكامل و
تدخله في كثير من
وظائف الشركة

التركيز على العملاء

التركيز على العملاء

- العملاء هم جوهر اهتمام الشركة.
- شركة " نوردستروم " رسخت مفهوم الاهتمام بالعميل.
- الهيكل التنظيمي " الهرم المقلوب " لشركة نوردستروم.

العملاء

رجال المبيعات + رجال الدعم

رؤساء الأقسام

مديرو التسويق

مجلس
الإدارة



NORDSTROM



- خدمات تفوق التوقعات:
- كي الملابس.
- تغليف الهدايا لمنتجات من خارج المحل.

- ترسيخ العلاقة مع العملاء (حالة وفاة).
- الاستجابة للعملاء .

التركيز على العملاء

- شركة "وال مارت Walmart" و نظام "البطولات في خدمة العملاء"





MARKETING, TECHNOLOGY

July 21, 2017

Wal-Mart Developing Facial Recognition Technology to Help Unhappy Shoppers



التسويق المتكامل

- التنسيق بين جميع الإدارات التي لها علاقة بالمستهلك.
- تدخل مدير التسويق في كثير من إدارات الشركة.
- يطلق على مدير التسويق " **مساعد المدير العام للتسويق** " أو " **كبير مسؤولي التسويق** chief **CMO** marketing officer".
- يكون لإدارة التسويق سلطة في الاستفادة من جميع الإدارات و الحصول على المعلومات و غيرها بدون وجود إذن.

تحقيق الأرباح من خلال إرضاء العميل

• تحقق هدف الأرباح ◀️ العميل غير راضي ◀️ مبيعات 📈 و ليس تسويق



فهد العقاب

@f_daar

Follow

عارف ما عندي متابعين كثير لكن مو مشكله بقول
#قصتي_مع_نون مع @noon @noon_cares و
كلي امل في مواقع التواصل الاجتماعي
طلبت من عندهم عدة منتجات و طلعت عروضهم وهميه
و الغو الطلب و قالو خطأ و هذا غير صحيح لانهم ارسلو
لي ايميل و اشعار انه لا يفوتك العرض و طلبت كميات
كبيره....يتبع

🌐 Translate Tweet

12:31 PM - 25 Nov 2018

19,222 Retweets 8,490 Likes



6.9K



19K



8.5K





@f_daar · 25 Nov 2018

حاولت اتواصل معاهم و ما ردو علي الا مره بعدين جلسو يكذبون انهم ردو علي بالخاص و هم كذابين قدام الناس يقولون كلام مو صحيح في المنشن الحاصل والصادم بالموضوع انه بعد خمس ايام تواصل معي شخص منهم و قالني بالحرف الواحد....يتبع
#قصتي_مع_نون @noon @noon_cares

Translate Tweet

البائع نون

ن المميز

ر.س. 649.00
سوني
جهاز بلاي ستيشن 4 برو سعة 1
تيرابايت
الكمية: 3

الاستلام قبل تاريخ: Nov 25, 2018



99

1.7K



691



@f_daar · 25 Nov 2018

قالني بالحرف الواحد منتج بالسعر هذا مستحيل نعطيك اياه و اعمل اللي انت تبغاه كلم وزاره التجاره و اللي تبغى مالك شي عندنا بس تراك انت الخسران قلت له كيف خسران؟ قال وزاره التجاره ما راح تلزمنا شي و راح يروح عليك كوبون مقدم من عندنا ب٢٠٠ ريال!!

#قصتي_مع_نون @noon @noon_cares @SaudiMCI

Translate Tweet

55

1.6K



629





@f_daar · 27 Nov 2018



سابع يوم

وزارة التجارة ما تواصلت @SaudiMCI و نون @noon @noon_cares ما لقيت منهم الا كل عجرفه و يتكلمون بقوه عين اقبل تعويض ١٠٠ ريال و لا محا تستفيد شي من وزاره التجاره
#قصتي_مع_نون

Translate Tweet

13 1.1K 519



@f_daar · 27 Nov 2018



سابع يوم

تواصلو معي وزاره التجاره @SaudiMCI مشكورين و وضحو لي ان الشركه ملزومه باللي حطته بالموقع و ان حدهم ٣ ايام بالكثير و يتخذون الاجراء مع @noon @noon_cares
شكرا مسبقا و انتظر اتصال وزاره التجاره
#قصتي_مع_نون

Translate Tweet

3 1.1K 608



@f_daar · 28 Nov 2018



ثامن يوم

وزارة التجاره @SaudiMCI مشكورين احالت البلاغ ل @noon @noon_cares و الشركه قامت بالاتصال علي ثلاث مرات لرفع التعوض من ١٠٠ ريال الي ٢٠٠ ريال لكنني ما زلت رافض و لا اريد تعويض كل ما اريده هو شراء المنتج بالسعر الذي كان معروض به

Translate Tweet

13 1.1K 595



@f_daar · 26 Dec 2018



اليوم الرابع و الثلاثين

اتصل مسؤول @noon @noon_cares (من رقم الشركه الخاص كما طلبت منهم) و قال انه سينهي الموضوع و يعطوني حقي الكامل خلال الساعات القادمه و قبل ان يتم ذلك اخبر الجميع بان الموضوع حتى لو انتهى لن الغي مقابله الوزير و الشكوى على الشركه و موظف وزاره

#قصتي_مع_نون

Translate Tweet

36 163 122



@f_daar · 26 Dec 2018



اليوم الرابع و الثلاثين

انتهى الموضوع مع @noon @noon_cares

بتعويضي عن ما حدث و الشكر ليس لهم الشكر لتويتر و لكم انتم و مستمر مثل ما ذكرت سابقا حتى مقابله الوزير و اخباره بكل ما يتعلق بهذه الشركه لي و لغيري والمطالبه بمحاسبه موظف التجاره

#قصتي_مع_نون شكرا لتويتر و كل من وقف معي

Translate Tweet

71 428 318

المفهوم الحديث للتسويق



النشاط	المنتج	التسعير	التوزيع	الترويج
تعريف النشاط	عبارة عن السلع الملموسة و الخدمات غير الملموسة التي يمكن ان تكون قابلة للتداول. تحقق منفعة و تكون مقابل شيء مادي (مال) او عيني (تعليم مجاني)	النشاط الذي يشمل تسعير المنتج القابل للتسويق.	الخط الذي يتحرك منه المنتج من مكان انتاجه الى مكان استهلاكه. يراعي هذا العنصر وصول المنتج/ الخدمة للعميل في الوقت المناسب و بأقل التكاليف.	الاتصال المباشر وغير المباشر للوصول للعملاء الحاليين و المرتقبين. اقناع العميل، اخباره، ترسيخ صورة ذهنية.
المزيج التسويقي	<ul style="list-style-type: none"> ❖ تشكيلة المنتجات. ❖ الجودة. ❖ الخصائص. ❖ العلامة التجارية. ❖ التغليف. ❖ خدمات ما بعد البيع. ❖ الضمان. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ الخصومات. ❖ العروض. ❖ قائمة الأسعار. ❖ تسهيلات الدفع. ❖ التقسيط. ❖ المكافآت على الشراء. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ قنوات التوزيع. ❖ الموقع. ❖ المستودعات. ❖ المواصلات. ❖ الوسطاء. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ الإعلان. ❖ البيع الشخصي. ❖ العلاقات العامة. ❖ تنشيط المبيعات. ❖ الإعلام ❖ الاجتماعي. ❖ الترويج ❖ الإلكتروني.

التسويق و علاقته ببعض العلوم

➤ التسويق علم متداخل مع علوم مختلفة.

➤ مصطلحات من علوم مختلفة تستخدم في علم التسويق.

التسويق و العلوم المختلفة

العلاقات
العامّة

المحاسبة

القانون

علم النفس

علم
الاجتماع

علم
الاقتصاد

علم الاقتصاد

➤ محاولة تخصيص الموارد المتاحة و ذات الاستعمالات البديلة بين الاحتياجات الإنسانية المتعددة و اللانهائية. و كيفية تحقيق ذلك من خلال عمليات التبادل في السوق.

التسويق + الاقتصاد

➤ التسويق هو تطبيق لنظريات علم الاقتصاد.

➤ المسوقين لابد ان يكونوا على علم بالظروف الاقتصادية و الدوافع الاقتصادية، كلاهما يستهدف المستهلك.

علم الاجتماع

➤ يهتم بدراسة الجماعات و العلاقات بينها.

التسويق + الاجتماع

- العلاقة و طيدة بين العلمين.
- المنشأة (الشركة) تتفاعل مع المجتمع الذي تعمل فيه، فتؤثر فيه و تتأثر به.
- المنشأة (الشركة) تتبادل المنافع مع المجتمع و السلع و الخدمات.
- المسوقين لابد ان يخدموا +رفع مستوى المعيشة للعاملين في المنظمة و للمستهلكين.
- المنشأة (الشركة) داخليا تعتبر مجتمع صغير. لذلك لابد من مراعاة مبادئ علم الاجتماع لتحقيق الأهداف التسويقية داخل و خارج المنشآت.



السنة الماضية، ظهرت حركة في مجتمع هوليوود اسمها (أنا كذلك Me Too)، كانت بسبب زيادة حالات التحرش الذي قام بها منتج مشهور اسمه (هارفي واينستاين)، و الازمة اثرت مجموعة هوليوود، حيث تم التسويق لها و أصبحت قضية رأي عام.

لذلك استجابت هوليوود للتأثيرات من المستهلكين ومن العاملين داخلها (المجتمع الداخلي والخارجي) << و قامت بطرد هذا المنتج.

- و هذا مثال على علاقة التسويق بالمجتمع (استجابة للرغبات).

علم النفس

➤ يبحث في سلوك الافراد و العوامل التي تؤثر عليهم + سلوكهم + تصرفاتهم.

التسويق + علم النفس

➤ العلاقة وطيدة بين العلمين.

➤ بحوث التسويق تستفيد من علم النفس في تفسير الجوانب النفسية و الشخصية

للمستهلكين + الدوافع الشرائية + دوافع التعامل مع السلع و الخدمات.

➤ المسوقين لابد ان يكونوا على علم بأساليب التحفيز و التشجيع و الجذب، لإشباع حاجات

و رغبات العميل.

PHILIPS

تسعى هذه العروض من 9 إلى 12 ماي، 2016 أو till Stock, lasts
These Offers are valid from 6 till 12 May, 2016 or till Stock, lasts

خصم
23% OFF

من 10% حتى
50%
30% 40% 20%

إلحق تحطيم الأسعار... تخفيضات!

1,299 ريال/ SR
توفير فوري 300 ريال
999 ريال/ SR

قلاية بدون زيت
Air fryer

سعة 1200 جم
Capacity 1200g

قوة 2100 وات
Power 2100 W

193214
HD9240/96

سايت X
الإلكترونيات بتجربة مميزة

التأثيرات النفسية للألوان، طريقة عرض السعر + المعلومات المتوفرة (للتأثير النفسي على المستهلك).



مؤسسة د. مجدي يعقوب
مركز أسوان للقلب
من القلب للقلب

القانون

- مجموعة القواعد و الأسس التي تنظم علاقات الأفراد و الجماعات، لعدم تعدي البعض على البعض الآخر.

التسويق + القانون

- معرفة التشريعات المختلفة التي تنظم المعاملات التجارية داخل و خارج الدولة من خلال القوانين التجارية .
- قوانين الملكية الفكرية لحماية الاختراعات و العلامات التجارية.
- قوانين حماية المستهلك.



ليبك ضد مطاعم ماكدونالدز، [1] المعروفة أيضا باسم **قضية قهوة** **ماكدونالدز** أو **قضية القهوة الساخنة**، هي دعوى مسؤولية عن المنتجات رفعت عام 1994 (لكن حصلت عام ١٩٩٢م) والتي أصبحت نقطة جدال في الولايات المتحدة بشأن قضايا إصلاح الضرر. في هذه المحاكمة، قامت هيئة المحلفين المدنية في نيو مكسيكو بمنح 2,860,000 دولار إلى المدعية ستيليا ليبك، وهي امرأة تبلغ من **العمر 79 عاما** أصيبت بحروق من الدرجة الثالثة في منطقة الحوض عندما سكبت سهوا القهوة الساخنة على حجرها بعد أن اشترتها من مطعم ماكدونالدز. **وأدخلت لبك المستشفى لثمانية أيام في حين خضعت لعمليات ترقيع الجلد، تلتها سنتان من العلاج الطبي.**

قال محامو ليبك أن قهوة ماكدونالدز **كانت معيبة (بدرجة حرارة 180 - 190 فهرنهايت، أي 82 - 88 درجة مئوية)**، زاعمين أنها كانت حارة للغاية وأكثر عرضة للتسبب بإصابات خطيرة من أي قهوة تقدم في أي منشأة أخرى

المحاسبة

➤ علم يعتمد على النظريات و المبادئ التي تبحث في تحليل و تسجيل و تصنيف و تلخيص العمليات الميزانية وفقا لحاجة المنشأة.

التسويق + المحاسبة

- محاسبة التكاليف التسويقية (تكاليف الإنتاج، التوزيع، الترويج، بحوث التسويق...الخ).
- التكاليف الثابتة و المتغيرة.
- حجم المبيعات.
- هامش الربح.

العلاقات العامة

- " الجهود الإدارية المخططة و المستمرة لبناء و صيانة و تدعيم التفاهم المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها" .
- الحفاظ على الصورة الذهنية للمؤسسة.

التسويق + العلاقات العامة

- العلاقات العامة جزء من الترويج = جزء من التسويق (علاقة الجزء بالكل).
- المؤتمرات الصحفية، الاعتذارات، الاحتفالات، التكريمات، الزيارات الميدانية.....الخ.



هيئة الترفيه @GEA_SA ٤٨٠ ث
المغامرات، والمهرجانات، والملاهي المتنقلة، فئات جديدة من الترفيه تدخل القطاع الترفيهي
بالمملكة العربية السعودية.
#عيشها



الهيئة العامة للترفيه
General Entertainment Authority

المعارض
والعروض
التفاعلية

Exhibitions &
Experiences



جوراسيك بارك
Jurassic Park



فروزن
Frozen



مدام توسو
Madam
Taussaud



نرف
NERF



تجربة مارفل
Marvel
Experience



ترانز فورمرز
Transformers



سوس فيل
Suiss Ville



هاري بوتر
Harry Potter



هيومن ادفينشر
A human
Adventure

الفصل الثالث

نظم المعلومات التسويقية

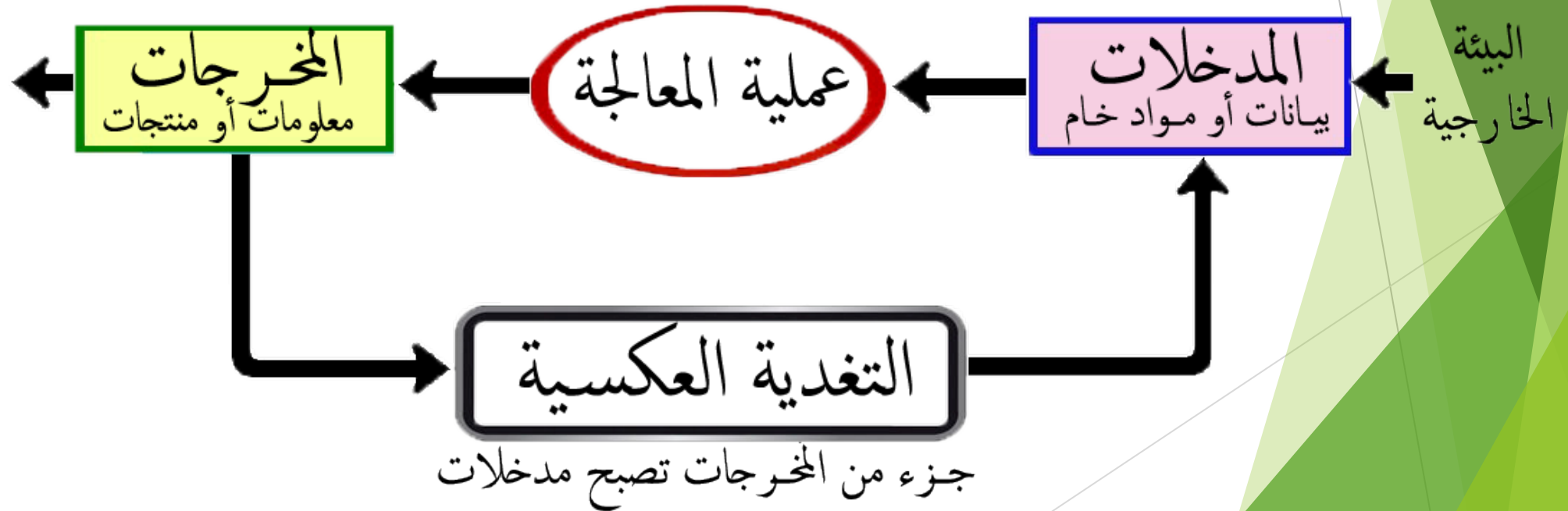
المحتويات

- ▶ ماذا يقصد بالنظام؟
- ▶ نظم المعلومات.
- ▶ نظم المعلومات التسويقية.
- ▶ تطور نظم المعلومات التسويقية.

ما هو النظام؟

➤ " مجموعة من الأجزاء التي جمعت مع بعضها البعض، صممت لخدمة مهمة واحدة أو لتحقيق

هدف بعينه **يصعب تحقيقه بدون هذه الأجزاء**"



عناصر النظام

المخرجات

التشغيل

المدخلات

➤ نتائج التشغيل التي حققها النظام.

➤ طرق، أساليب، تفاعلات.
➤ تحدث داخل النظام.

➤ مواد خام.
➤ ليس بينها ترابط.
➤ تدخل في النظام.

التغذية العكسية / الراجعة

➤ عملية تقييم المخرجات.
➤ عند وجود عيوب في المخرجات / لا تتفق مع المعايير الموضوعية << **تعود كمدخلات لتعالج** من قبل النظام.

نظم المعلومات

- " مجموعة من العناصر المتداخلة التي تعمل مع بعضها البعض **لجمع، معالجة، تخزين، توزيع المعلومات المتوفرة عن موضوع ما** << لدعم اتخاذ قرار ما".
- **مهمتها** << تطوير، استخدام، إدارة البنية الأساسية لتقنية المعلومات في المنظمة.



نظم المعلومات

➤ نظام المعلومات **يتكون من:**

➤ اشخاص ● سجلات ● بيانات ● عمليات يدوية و غير يدوية ← يتم معالجتها ← لتنتج

معلومات.



نظم المعلومات

- تهتم بتطوير و استخدام و إدارة البنية الأساسية لتقنية المعلومات في المنظمة .
- **عصر المعلومات**: تحولت الشركات من الاعتماد على المنتجات ← الاعتماد على المعرفة.
- **نظام المعلومات** مدخلات و تشغيل و مخرجات.
- **المدخلات** ← END البيانات.
- **المخرجات** ← END المعلومات.
- **التشغيل** ← END يقوم بتحويل البيانات الخام الى معلومات لها قيمة تفيد مستخدميها.

عناصر نظم المعلومات... الفرق بينها وبين النظام؟؟



- ارتبط علم النظم بالتقنية ← ابعاد المعلومات عن جوهر عملها.
- الاهتمام يتعلق بالتقنية وليس النظام و تصميمه.
- أنواع أنظمة المعلومات في مجال الإدارة و الاعمال:
- نظم المعلومات الإدارية.
- نظم المعلومات التسويقية.
- نظم إدارة قواعد البيانات.

نظم المعلومات التسويقي Marketing Information System

تشغيل

مدخلات

" مجموعة من الافراد و المعدات و الاجراءات تجتمع مع بعضها البعض لتكون مهمته جمع و ترتيب و تحليل و
تقوم المعلومات و من ثم توزيعها على متخذي القرارات التسويقية "

مخرجات

Marketing Information System نظم المعلومات التسويقي

➤ نظام المعلومات التسويقي **تشابه** مع نظم المعلومات الأخرى:

✓ يتكون من مدخلات ← تشغيل ← مخرجات.

✓ تزويد أصحاب القرار في بالمعلومات اللازمة لاتخاذ القرار.

✓ تخزين + ترتيب + تحليل للبيانات **قيل** توزيعها على متخذي القرارات.

➤ **يختلف** عن الأنظمة الأخرى في مصادر الحصول على البيانات في عنصر التشغيل.

تطور نظم المعلومات التسويقية

أوائل الثمانينات

- مجال المعلومات التسويقية محدود و متعلق بالمشاكل التسويقية اليومية (المخزون انتهى، الموظف لم يحضر، المنتج تالف...الخ)
- لا يوجد قسم خاص ببحوث التسويق.

منتصف الثمانينات

التسعينات الى بداية القرن الواحد و العشرين

تطور نظم المعلومات التسويقية

	أوائل الثمانينات
<ul style="list-style-type: none">➤ التغيرات في البيئة التسويقية.➤ انشاء نظام للمعلومات التسويقية داخل المنظمة.➤ ظهرت في هذه الحقبة فكرة الاستخبارات التسويقي.➤ اكتملت مكونات او عناصر نظام المعلومات التسويقية.	منتصف الثمانينات
	التسعينات الى بداية القرن الواحد و العشرين

تطور نظم المعلومات التسويقية

أوائل الثمانينات

منتصف الثمانينات

التسعينات الى بداية القرن الواحد والعشرين

➤ تطور سريع في نظم المعلومات التسويقية.

➤ من ضمن الهيكل التنظيمي في المؤسسات.

➤ ادخال و استخدام الأساليب التكنولوجية لتشغيل او حفظ البيانات و المعلومات التسويقية داخل تلك النظم.

➤ تصميم قواعد للبيانات و المعلومات التسويقية.

➤ تطور هذا النظام مع التطور السريع في تكنولوجيا الانترنت.

➤ تمكنت الشركات من جمع بيانات عن المستهلكين و تكوين قاعدة بيانات دقيقة .

➤ مستودع البيانات او data warehouse (سهولة التعامل مع العملاء و تسريع انتقال المعلومات من مكان لآخر داخل المنظمات)

مكونات نظم المعلومات التسويقية



- مهم- نظم المعلومات التسويقية

➤ لا تقتصر خدماته على مدير التسويق او العاملين في إدارة التسويق.

➤ المستهلك و كل من له علاقة بالمنظمة (الحكومة، المستثمرين، السياسيين، موردين...الخ) << **يستفيدوا**

من هذا النوع من النظام.

مكونات التشغيل في نظم المعلومات التسويقية

تحليل البيانات

بحوث التسويق

البيانات
الاستخباراتية

البيانات
الداخلية



مكونات التشغيل في نظم المعلومات التسويقية

البيانات الداخلية

- **"البيانات التي أعدت من قبل الشركة"** (قوائم مالية، عدد العاملين، حجم المبيعات، التكاليف بأنواعها)
- بيانات ذات دقة، سهولة + سرعة الوصول إليها.
- بيانات كمية + تاريخية.
- بيانات مصداقيتها عالية.
- **الموظفين:** مهارات ليست عالية << ادخال + تخزين البيانات فقط (إدارة الموارد البشرية).

اسم المستخدم

كلمة المرور

إلغاء دخول

مكونات التشغيل في نظم المعلومات التسويقية

البيانات الاستخباراتية

- "مهمتها جمع، تحليل بيانات عن المستهلكين، المنافسين، أو أي معلومات عن السئة التسويقية الخارجية" << **لمعرفة الفرص و التحديات** >>
- **سميت ذلك؟؟؟** << تحتاج لمهارات غير تقليدية + تستخدم فقط في أجهزة المخابرات.
- **بيانات غير دقيقة**، مشكوك فيها، تحتاج لقياس مصداقيتها.
- بيانات صعب الحصول عليها (سرية و خصوصية).
- **بيانات تجمع بطرق غير أخلاقية** كالتجسس.
- **الموظفين:** لديهم **مقدرة للوصول للمعلومة** بسرعة فائقة، ربطها بغيرها، التنبؤ بها.



مكونات التشغيل في نظم المعلومات التسويقية

بحوث التسويق

➤ "تأخذ خصائص البحث العلمي:

١- تحديد المشكلة < ٢- طرق جمع البيانات < ٣- تحليل البيانات < ٤- كتابة التقرير عن موضوع

البحث التسويقي.

➤ **الموظفين:** خبرة علمية، فهم و استخدام أساليب البحث العلمي، استخدام الأساليب

الإحصائية، كتابة التقارير. .



مكونات التشغيل في نظم المعلومات التسويقية

تحليل البيانات

➤ يتم تحليل البيانات بطريقتين:

١- طريقة كمية: (أرقام، إحصائيات..الخ) استخدام أساليب إحصائية عند تحليل البيانات (الأساليب

الإحصائية الوصفية: النسب المئوية، المتوسطات، التكرارات)، (أساليب إحصائية متطورة: تحليل الانحدار، التباين).

٢- طريقة نوعية: تستخدم عندما يصعب تحليل البيانات كمياً، المشاركون في البحث النوعي

يتحدثون عن (تجاربههم، مشاعرهم، أفكارهم) << **تحليل الكلمات، الأفعال.**

