

التسويق الإستراتيجي

Strategic Marketing

الدكتورة
ردينة عثمان يوسف

الأستاذ الدكتور
محمود جاسم الصميدعي



الفهرس

المقدمة.....	9
--------------	---

الفصل الأول

مدخل في التسويق الاستراتيجي

المقدمة.....	13
أولاً: مفهوم التسويق الاستراتيجي وأبعاده.....	14
ثانياً: مجال التسويق الاستراتيجي.....	21
ثالثاً: مضامين التسويق الاستراتيجي.....	26
رابعاً: العوامل المؤثرة على اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي.....	31
خامساً: عناصر التسويق الاستراتيجي.....	33
سادساً: الاختلاف ما بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق.....	38
سابعاً: أسباب تنامي دور التسويق الاستراتيجي في الحاضر والمستقبل.....	42
مراجع الفصل الاول.....	44

الفصل الثاني

إدارة التسويق الاستراتيجي

المقدمة.....	49
أولاً: مفهوم إدارة التسويق الاستراتيجي ووظائفها.....	50
ثانياً: التخطيط التسويقي.....	55
ثالثاً: التنظيم التسويقي.....	66

78	رابعاً: التوجيه التسويقي
84	خامساً: التنفيذ التسويقي
90	سادساً: الرقابة الاستراتيجية التسويقية
96	مراجع الفصل الثاني

الفصل الثالث

أسس التسويق الاستراتيجي

101	المقدمة
102	أولاً: جوهر عملية التسويق الاستراتيجي
111	ثانياً: أعمال المنظمة
115	ثالثاً: الرؤيا، المهمة، والأهداف
126	رابعاً: تحليل الفرص
130	خامساً: تحليل Swot ومصفوفة Tows
135	سادساً: صياغة إستراتيجية المنتج / السوق
139	مراجع الفصل الثالث

الفصل الرابع

تخطيط التسويق الاستراتيجي

143	المقدمة
144	أولاً: الإدارة الاستراتيجية
155	ثانياً: التخطيط الاستراتيجي
168	ثالثاً: التخطيط الاستراتيجي للتسويق
179	رابعاً: تخطيط وتصميم محفظة الأعمال الاستراتيجية

182.....	مراجع الفصل الرابع
----------	--------------------

الفصل الخامس

التحليل البيئية الاستراتيجية

187.....	المقدمة
188.....	أولاً: تحليل البيئة التسويقية
199.....	ثانياً: أسس تحليل البيئة الإستراتيجية
204.....	ثالثاً: أدوات التحليل البيئي
224.....	مراجع الفصل الخامس

الفصل السادس

المنافسة والاستراتيجيات التنافسية

227.....	المقدمة
228.....	أولاً: المنافسة: المفهوم والأنواع
234.....	ثانياً: المركز التنافسي / الوضع التنافسي
236.....	ثالثاً: التحليل التنافسي
243.....	رابعاً: الميزة التنافسية
248.....	خامساً: الإستراتيجيات التنافسية
255.....	مراجع الفصل السادس

الفصل السابع

إستراتيجيات المنظمة وإستراتيجيات التسويق

259.....	المقدمة
260.....	أولاً: الخيار الاستراتيجي / المفهوم والأبعاد

267	ثانياً: الإستراتيجيات العامة للمنظمة
273	ثالثاً: تصميم إستراتيجية التسويق
280	رابعاً: أنواع استراتيجيات التسويق
296	مراجع الفصل السابع

الفصل الثامن

إستراتيجيات المزيج التسويقي

299	المقدمة
300	أولاً: مدخل في المزيج التسويقي
304	ثانياً: إستراتيجيات المنتجات
317	ثالثاً: إستراتيجيات التسعير
327	رابعاً: إستراتيجيات التوزيع
337	خامساً: إستراتيجيات الترويج
343	مراجع الفصل الثامن

الفصل التاسع

خطة التسويق الاستراتيجي

347	المقدمة
348	أولاً: مقدمة عامة حول الخطط
352	ثانياً: أسس إعداد خطة التسويق الاستراتيجية
354	ثالثاً: مراحل تطوير خطة التسويق الاستراتيجية
357	رابعاً: الخطة الإستراتيجية لعناصر المزيج التسويقي
363	خامساً: الإطار العام لنموذج خطة التسويق الاستراتيجية
366	سادساً: بعض النماذج لخطط التسويق الاستراتيجية
376	مراجع الفصل التاسع