

إعداد الإستراتيجية التسويقية وعملياتها

الأستاذ
احمد بن مويزة



فهرس

الموضوع	الصفحة
المقدمة	5
الفصل الأول	7
مدخل في الاستراتيجية التسويقية	7
المبحث الأول: مفهوم الاستراتيجية والتسويق	7
المطلب الأول : مفهوم الإستراتيجية	11
المطلب الثاني : مفهوم التسويق وتعريفه	16
المبحث الثاني: مفهوم الاستراتيجية التسويقية	16
المطلب الأول : الإستراتيجية التسويقية	18
المطلب الثاني : التخطيط الاستراتيجي للتسويق	25
المبحث الثالث : البيئة التسويقية ودور نظام المعلومات في رقابتها	25
المطلب الأول : مفهوم البيئة التسويقية	28
المطلب الثاني : مفهوم نظام المعلومات التسويقية	35
الفصل الثاني	35
مراحل إعداد الاستراتيجية التسويقية	
المبحث الأول: التحليل والتشخيص	35
المطلب الأول : مفهوم تحليل سوات	35
المطلب الثاني : تحليل المنافسين	40

45	المبحث الثاني: تشكيل الأهداف
45	المطلب الأول : مفهوم الأهداف
49	المطلب الثاني : إجراءات تشكيل الأهداف
51	المبحث الثالث: رقابة ومراجعة الاستراتيجية التسويقية
51	المطلب الأول : ماهية الرقابة التسويقية
54	المطلب الثاني : أنواع الرقابة التسويقية
58	المطلب الثالث : المراجعة التسويقية
63	الفصل الثالث
	إستراتيجيات المزيج التسويقي
63	المبحث الأول: استراتيجية المنتج
36	المطلب الأول : مفهوم المنتج
66	المطلب الثاني : مفهوم مزيج المنتجات
69	المطلب الثالث : مفهوم المنتجات الجديدة
74	المبحث الثاني: استراتيجية السعر
74	المطلب الأول : السعر وتقنيات التسعير
78	المطلب الثاني : إستراتيجيات التسعير
80	المطلب الثالث : ردود الفعل من تغييرات السعر وإدارته
83	المبحث الثالث: استراتيجية التوزيع
83	المطلب الأول : مفهوم التوزيع وأهميته

86	المطلب الثاني : قنوات وإستراتيجيات التوزيع
91	المبحث الرابع: استراتيجيات الترويج
91	المطلب الأول : مفهوم الترويج وعناصر المزيج الترويجي
96	المطلب الثاني : الاستجابة الترويجية
99	الفصل الرابع
	عمليات الاستراتيجيات التسويقية
99	المبحث الأول: عملية التجزئة التسويقية
99	المطلب الأول : مفهوم التجزئة التسويقية
104	المطلب الثاني : مراحل التجزئة التسويقية ومتغيراتها
107	المطلب الثالث : أسباب التجزئة التسويقية وأهدافها
109	المبحث الثاني: عملية الاستهداف التسويقي . . .
109	المطلب الأول : خطوات عملية الاستهداف ومتغيراته
112	المطلب الثاني : الاستراتيجيات الرئيسية للاستهداف
	وبدائل التغطية السوقية
122	المبحث الثالث: عملية التموضع التسويقي
122	المطلب الأول : مفهوم عملية التموضع
127	المطلب الثاني : خطوات عملية التموضع ومفهوم
	الخريطة الإدراكية
132	الخاتمة
135	المراجع المعتمدة