

• **تعريف التسويق :**
تعريف جمعية التسويق الامريكه AMA :

بتسعير وتوزيع وترويج

التسويق - له احتياجاته ورغباته -
الاحتياجات عملية

• **العملية التسويقية :**

_____ :
(لتقدير الآخرين.....) يسعى التسويق هذه
إثارتها

_____ : الوسيلة خلالها يشبع احتياجاته
والبيئة يعيش فيها.... يحتاج ... ولكنه يرغب تحديدا

_____ هو: الشرائية... الشرائية

_____ : .. يكون
مزيج (:)
صيانة (

_____ : لا تكتمل دائرة العملية من خلال التبادل حيث يقدم كل طرف قيمة
(العميل يقدم النقود و يحصل مقابلها على المنتج)

- وتحصل مقابلها على نقود
- مركز الشرطة يقدم المعلومات و والتوجيهات ويحصل مقابلها على بالسلوك الايجابي
- جمعيات محاربة التدخين تقدم المعلومات والتوجيهات والنصائح وتحصل مقابلها على التزام المستهلك الفرد بالامتناع عن التدخين

_____ : مجموعة المشترين (العملاء) الحاليين والمحتملين الذين لديهم رغبة في المنتج والقدرة على شرائه

• : المزيج التسويقي :

المزيج التسويقي : التسويقيَّة خلالها مهام التسويق

- المزيج التسويق ()
- 1) _____ : للمستهلك
 - 2) التسعي : القيم فعها المستهلك حصوله ()
 - 3) التوزيع : الطريق تسلكه المستهلك لتصل إليه
 - 4) _____ يج : تمارسها ()
لتعريف المستهلك وإقناعه بشرائها... هو التسويقي

• : يحققها التسويق :

- 1) _____ المكانية : توصيل للمستهلك بعيد التوزيع والتخزين
- 2) _____ الزمنية : تقديم فالمستهلك يحتاجها إليها المستهلك إنتاجه زمنية
- 3) _____ الإدراكية: يم يقدمه (تقديم المستهلك واحتياجات المستهلك، والمستهلك وكيفية حصوله عليه)
- 4) _____ : للطرفين (والمستهلك) عملية المستهلك
- 5) _____ القيم : وجهات بين المستهلك حيث يض يد عليه بالقيمة وتسويق بين تحملها يقا المستهلك

• : : التسويق :

هناك التسويقية الأساسية السلع والخدمية، فيما يلي:

1/	التوجه	:	الصناعية
-	هذه	-	
-		-	التالية
-		-	تكلفته
-		-	()
-	مستهلك	-	
-	هدف	هو	وتحسين كفاءته وتخفيض تكلفته
-	لتقديم) :	تنتج موديل
-	المستهلكين	" "	هتمام باحتياجات
-	المستهلك يركز	يبحث	
-	يخ المستهلك بين	عليه يق بينها	
-		تهتم بتقديم	

12 / التوجه بالبيع :

تميزت هذه - الثلاثين والأربعين -

المبيع

التوجه والتركيز بيعة

مستهلك بين جهودات بيعية لإقناعه بشراء

لتأسيس المبيع

13 / التوجه بالتسويق :

هذه - الخمسين والستين والسبعين -

أهمية جهودات تسويقية (تسعير توزيع ترويج)

توجه التركيز المستهلك احتياجاته ورغباته

يق الترويجية وتفعيل مهام التخطيط والتوجيه

الاهتمام واحتياجات المستهلكين

تأسيس للتسويق وأهمية جميع التسويق

ظهور المفهوم للتسويق أهمية حاجة المستهلك
المستهلك وهو ما سيد الاهتمام الغذائية بتصنيع
المعايير البيئية والصحية واهتمام شركات السيا بتصنيع سيا
(

الحالية نعاصرها التسويق هي والتسويق
حيث احتفاظهم بعمالئهم : وطيد العميل الجديد هي
بالتعميل (بعمالئها ي