

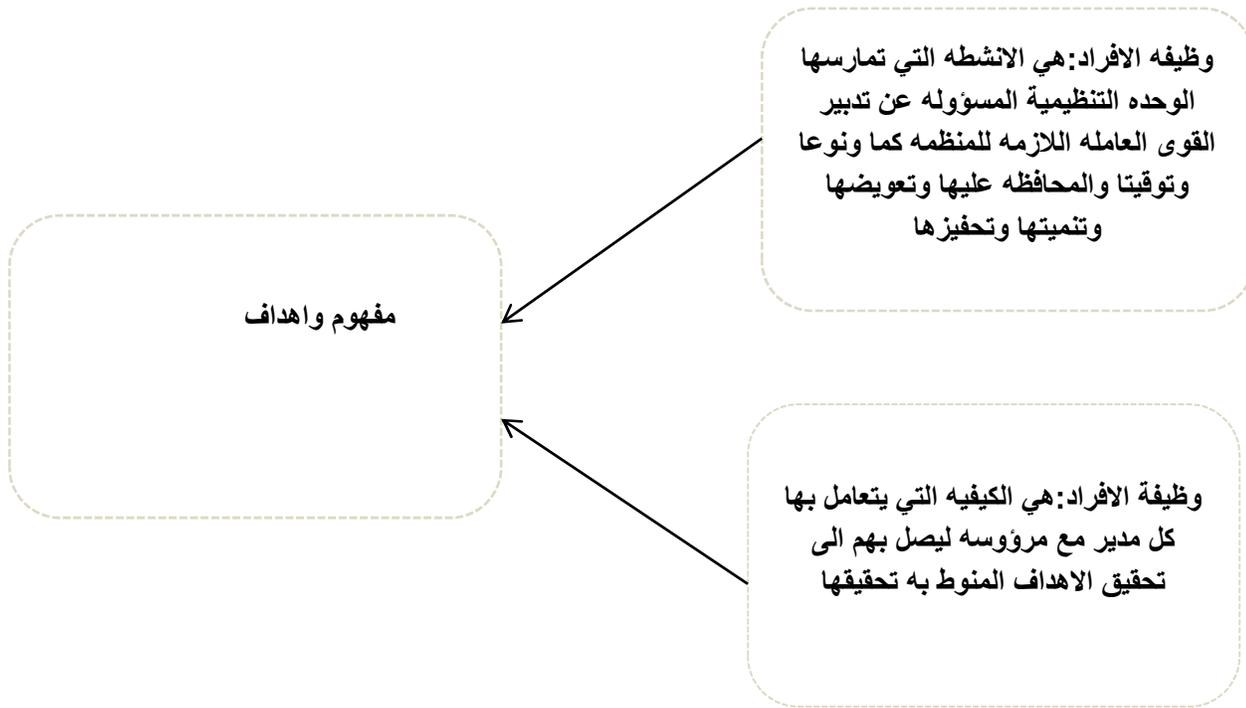
1-

يجب الاحتراس وعدم الخلط بين وظائف الادارة الاربعة ووظائف المنظمة ووظائف المدير

كما يجب التفريق بين مفهومين اساسيين بين مفهوم وظيفة الافراد وادارة الافراد

مفهوم ووظيفة ادارة الافراد :

- يرمز لادارة الموارد البشرية بالاختصار HRM
- وهي تلعب دورا مهما في رقع الكفاءة الانتاجيه للمنظمة
- وبالتالي في تحسين وتدعيم العلاقات الانسانيه
- واذا كان الانسان هو عنصر التغيير والتطوير فان ادارته القوه العامله هي من اصعب ما يواجهه
- المنظمه على الاطلاق
- فالمنظمه باكملها تركز على العنصر الانساني من قمه هرمها التنظيمي الى قاعدته



مصطلح وظيفة الافراد هي

مصطلح ادارة الافراد هو الكيفية التي يتعامل بها كل مدير مع مرؤوسيه

:

- تخطيط الموارد البشرية (دراسة اهداف المنظمة - تقدير الطلب - تحديد
- معالجة الفائض او العجز
- تحليل الوظيفة : (الالمام الشامل بتفاصيل كل وظيفة)
- وضع الشخص المناسب في المكان المناسب (الاختيار والتعيين - الترقيه والنق)
- تدريب وتنمية القوى العاملة : (تحديد الحاجة - تصميم البرامج - تنفيذ البرامج - تقييم البرامج
- (
- تقييم اداء العاملين .

مفهوم التسويق :-

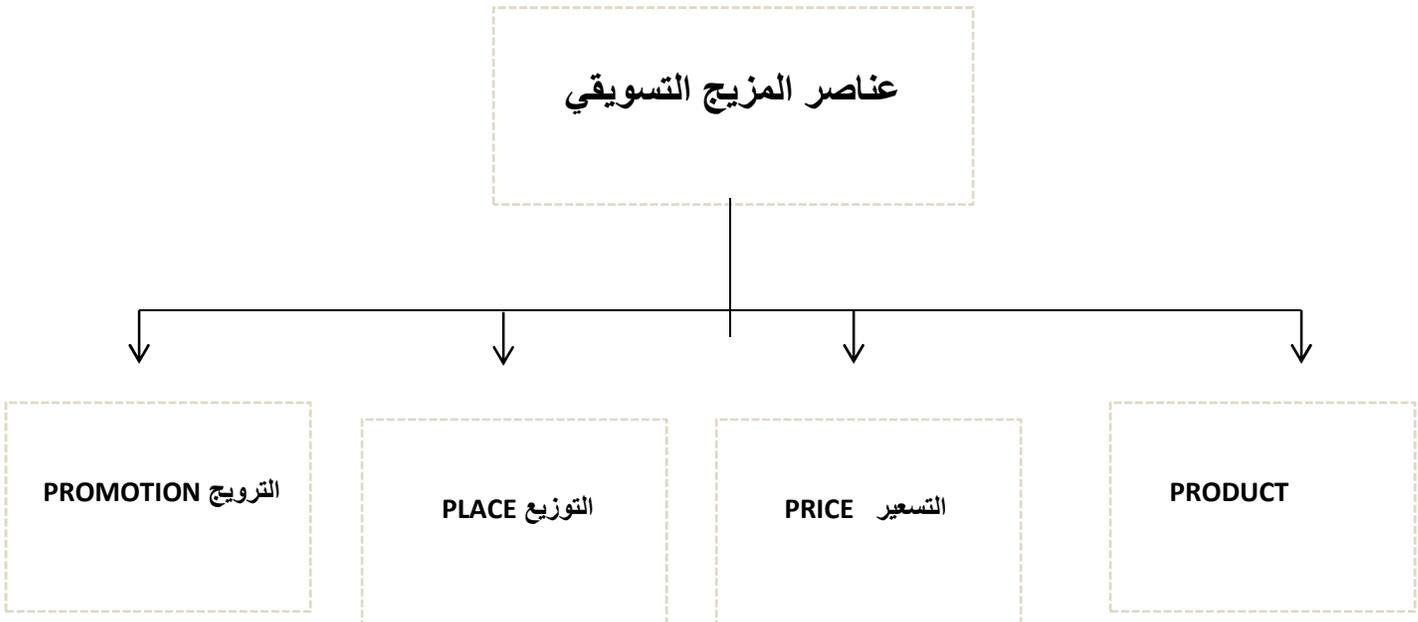
يلعب التسويق دورا هاما في رفع معدلات التنمية في دول مختلفه

والتسويق هو الوسيلة التي يستخدمها المنتج لتقديم المزيج التسويقي من منتجات وتسعير وترويج وتوزيع لاشباع احتياجات ورغبات المستهلكين وتحقيق اهدافهم المختلفه داخل حدود المجتمع الذي يعملون فيه

هو نشاط انساني يعمل على اشباع الاحتيا

تبادل بينهما فالمنتج يقوم بتقديم المنفعة والمستهلك يقدم القيمة لها

عناصر المزيج التسويقي



-:

يمكن تعريفه بأنه كل ما يمكن بيعه أو أي شيء يقدم للسوق بغرض الاقتناء أو الاستخدام مثل :- السيارة -

..

وقد يأخذ شكلا ماديا ملموسا أو شكلا معنويا غير ملموس مثل :-

المرحلة الأولى :

BCG

حالات المصفوفة التالية وتعرف باسم مجموعه بوسطن الاستشاريه المنتج في السوق على ضوء معدل نمو السوق . ومعدل نمو الحصة السوقيه

BCG MATRIX



المرحلة الثانية :-

مرحلة علامة الاستفهام Question mark



تبدأ المصفوفة بعلامة الاستفهام ويتضح من اسمها خصائصها التالية :-

- 1- المنتج في مرحلة مبتدئه بالنسبة للسوق وحصته مازالت منخفضة
- 2- ما يحتاجه السوق من مواصفات مرتفع جدا بالنسبة للمنتج المبتدى
- 3- ولكن هناك ميزه تنافسيه قويه تميز هذا المنتج عن غيره وتمكنه من المنافسه

ويظهر تساؤل هل يمكن للمنتج ان يكمل في هذا السوق وينتقل لمرحلة النجم الساطع ام لا يستطيع ويسقط في برائن مرحله الكلب العجوز .

المرحلة الثالثة :-

STAR



وهي تعني بالنسبة للمنتج ان :-

- 1- مواصفاته بالنسبة للسوق اخذه في الارتفاع والتزايد المستمر
- 2- مازالت متطلبات المستهلكين مرتفعه بالنسبه لمواصفاته ولكنها اخذه في التناقض (هذا الامر تختلف سرعته في مجال لآخر فمثلا في مجال الكمبيوتر التطوير سريع وبالتالي متطلبات السوق سريعه على العكس من المحاسب الذي يعتمد في المقام الاول على المنطق المحاسبي الذي لايتغير بسرعه كبيره)
- 3- اهم مايميز هذه المرحله ان تكلفتها (سواء الماديه او العينييه من جهد و وقت مرتفعه فالنجم حتى يظل متوهجا وساطعا تكون بداخله عمليات تسويق شديده مما يتطلب انفاقا كبير

Star is the stage of burning cash

-:



- ❖ أصبح المنتج مسيطرا في السوق ويتمتع بحصه سوقيه كبيره ومستقره
- ❖ واصبحت معظم متطلبات السوق بالتالي منخفضه
- ❖ تتميز البقره الحلوب بكثره اللبن ، وكذلك هذه المرحله تتميز بكثره الاموال المحصله
- ❖ نتيجة الاستثمار المكثف في المرحلتين السابقتين
- ❖ ويضعنا هذا الامر في احد خيارين اولهما : استخدام جزء من الاموال للاستثمار في نفس المنتج حتى يتميز اكثر وثانيهما ان تستمتع بجني الاموال

-:

DOG



هنا وصل المنتج للمرحلة الاخيرة من المصفوفه وهي الكلب والتي تتميز بالاتي :-

- انخفاض المواصفات بالنسبة للسوق بمتغيراته الجديده
- التطورات المستخدمه في السوق يصعب مجاراتها من قبل المنتجات
- **You have to shot the dog** النهايه تكون الخروج من السوق لعدم مساييره المتغيرات المستحدثه

التسعير :-

وهو من اصعب القرارات التسويقيه التي تتخذها المنظمه لارتباطها الوثيق بكينونه المنتج ومكانته .

اهداف التسعير :- ثلاثي الاهداف

- تعظيم الربح وهو ارتفاع الايرادات وتقليل التكاليف
- تحقيق حجم مبيعات كبير
-

(متغيرات المزيج التسويقي – طبيعه المنافسه في السوق – توقعات المشترين –
– التكاليف الانتاجية – القوانين والتنظيمات) .

الترويج :-

- هو عملية الاتصال بالجمهور بهدف التأثير على سلوكه .
 - يتضمن خمسة عناصر تسمى المزيج الترويجي وهي
1. الاعلان : وسيلة غير شخصية لتقديم المنتج –
 2. البيع الشخصي : الاتصال الشخصي من مندوب البيع للعميل لاقتناعه بالشراء
 3. الدعاية : وسيلة مجانية غير شخصيه لتقديم المنتج للجمهور
 4. تنشيط المبيعات : مثل منح الهدايا المجانيه والعينات التجريبيه
 5. التسويق المباشر : هو احد الاساليب التي تستخدم : البريد ، الهاتف ، والبريد الالكتروني ...

التوزيع :-

وهو المهمة التي يتم من خلالها نقل المنتج من مصادر انتاجه الى المستهلك الاخير .

وهو يتخذ احد الاشكال التايه :-

المشتري النهائي



وكل بيع / تاجر تجزئه



المشتري النهائي

المشتري النهائي

وهكذا