

المحاضره الثانيه لماده التسويق

اهم ماتم ذكره بالمحاضره:

تكلم عن المحاضره السابقه ((استعرضنا نبذه سريعه وخاطفه عن بعض المحاضرات الاساسيه الاولى المتعلقه بالمقرر اليوم نسلط على بعض المحاضرات الاخر))

تطرقنا الى المحاضره المدخلية المتعلقه بالجوانب المفاهيميه حول طبيعه التسويق وتطور مفهوم التسويقي ومن ثم بعد ذلك تطرقنا الى المحاضرتين المتعلقه بالبيئه التسويقيه بمختلف انواعها البيئه الداخليه والبيئه الخارجيه بشقيها المباشره والغير مباشره ثم عرجنا على استراتيجيه التسويق و الخطط التسويق باعتبار الاداه التي يتم بمواجه البيئه هي الاستراتيجيه المنظمه ...

(اليوم نسلط الضوء على بحوث التسويق وعلى سلوك المستهلك من ثم على تجزءه السوق ونخصص الحديث بالمحاضره القادمه على عناصر التسويقي المختلفه وما يتعلق بمواضيع اخرى)

كما تعلمون بان النظم المعلومات التسويقية يعبر عن تلك العناصر المختلفه الموجوده داخل المنظمه التي تتفاعل فيما بينها من اجل توفير المعلومات لمتخذ القرارات التسويقيه بي المنظمه على هذا الاساس ممكن ان نقول نظام المعلومات (مجموعه من العناصر المتعلقه بالافراد او بالتجهيزات او بالحياه المختلفه الذي تحرص وتسعى لمتخذي القرار التسويقي من اجل توطيد وفعاليه القرارات التسويقيه) ويمكن ان نميز مابين اربع اقسام اساسيه الى ما استثنينا الافراد .. في نظام المعلومات التسويقيه وما يتعلق اساسا بالمعلومات الداخليه والمعلومات الخارجيه المعلومات الداخليه (الموجوده داخل المنظمه وسجلاتها واكبر مثال على ذلك نظام المحاسبه الذي يوفره لنا من معلومات حول انواع الطلبيات واختلاف العملاء و حجم العملاء والموردين وغيرها ..

الشق الثاني يتكلم عن المعلومات الخارجيه في بيئه المنظمه وثم نتحدث عن المعدات ونظم التشغيل والبرمجيات المختلفه لنظام المعلومات التسويقيه والبحوث التسويقيه وهي البحوث الهادفه والمنظمه التي يتم الشروع فيها عند الحاجه من اجل ثقه المعلومه ومصادر ها المختلفه وتوفيرها لمتخذي القرار التسويقيه من اجل يرشد القرارات التسويقيه وعلى هذا الاساس بان البحوث التسويقيه بالواقع جزء لا يتجزء من النظام المعلومات التسويقيه له جمله من الوظائف فالوظيفه الوصفيه تتكلم عن وصف الوقائع وتقديم المعلومات بالحال الذي يوجد عليه سوق معين او قطاع سوقي محدد وتحدثنا عن وظيفه تشخيصيه التي تتعدا وصف الى وظيفه التشخيص والتحليل ومعرفه اسباب انخفاض المبيعات في قطاع سوقي معين وتشخيص مختلف الاسباب والوقوف على الحقائق المختلفه لهذا الانخفاض وكذلك وظيفه التنبؤ بالبحوث التسويقيه بحيث نتنبأ بالتسويق الكامل او الحس السوقي المنظمه وهكذا

هذا البحوث هي جزء لا يتجزء من نظام المعلومات التسويقيه وان كان لا تخلو من الفروقات التي تميزها عن النظام المعلومات التسويقي فهي بالابتداء جزء من الكل ثم انه اذا

كان مجال من نظام المعلومات التسويقي فهو اساسه النظم فان اساس هذه النظم المشروع فمثلا نتحدث عن انخفاض المبيعات في القطاع السوقي محدد واذا كان نظم المعلومات التسويقيه موجوده بصفه دائمه ومستمره في المنظمه فالبحوث التسويقيه غير مستمره وان ماخصت بحكم طبيعته لنها مكلفه وبالتالي ياتي الجوء اليها عند الحاجه واذا كانت القضايا المتعلقة داخل المعلومات التسويقي متكررة متعلقه بمختلف الجوانب المرتبطه بالمعلومات الداخليه والخارجيه فان بحوث التسويق بالحقيقه بطبيعته مشكلتها محدد . فان المصادر التي يلجاء اليها نظام المعلومات التسويقي ستكون ام بالداخل او في الخارج فان المصادر التي يعتمد عليها في البحوث التسويق تعتبر مصادر خارجيه وبالجمله نقول الهدف بالاساس هو توفير المعلومات لمتخذي القرار

نتحدث ع سلوك المستهلك التي تتعلق بتصرفات السلوك المستهلكين والتنبؤ بقراراتهم الشرائيه المختلفه ومع تطوير مفهوم التسويق ولاحضنا ان العميل او المستهلك هو محور العمليه التسويقيه ومن ثم لابد من التحسس لحاجاته واكتشاف هذا الحاجات وهذه الرغبات والمحاوله في اشباعها بمستوى افضل من يفعله المنافسون لتحقيق اهداف المنظمه وتحقيق مصالح العملاء لحد سواء و اذا كان لابد من الوقوف على هذا المستهلك وهو التنبؤ بسلوك وقرارات التسويقيه وتكلمنا عن العلبه السوداء التي تحتاج الى تسليط الضوء عليها لمعرفة هذه السلوك والعناصر المختلفه والمؤثره في القرار الشرائي للمستهلك اخذ في عين الاعتبار مراحل القرار الشرائي للمستهلك بما في ذلك من بدء ظهور المشكله وليست انتهاء بقرار الشراء وانما حتى الى الشعور الاحق للشراء ونظرا الى كل مراحل الشراء للمستهلك تصرفات معينه تستدعي لتدرج التسويق بي المرصاد وبكل الاحتمالات التي تطراء خاصه بعين بالاعتبار بانه ليس لوحده بالسوق وانما هناك منافسون في هذا السوق يتنافسون على العملاء .

طبعاً رايينا الادوات المختلفه في الشراء والاختلاف والفرق في الشراء العادي والشراء النظامي او مابين المستهلك النظامي والمستهلك الصناعي وتوقفنا عند خصائص الشراء الصناعي التي تميزه وسقنا جملة من الخصائص ومن ابرزها قله المشتريين النظامي مقارنة بالشراء العادي كذلك الشراء النظامي اكثر اهميه ماقورن بالشراء العادي بحيث نجد ان ٢٠% من العملاء يقومون بي المشتريات التي تقدر بي ٨٠ % من حجم المشتريات ورائينا تركس >>> كذا نطقها ☺ العلاقات التجاريه مابين المتعاقدين خصوصاً حجم الشراء ...

ووقفنا ع جانب مهم في التحليل في التنبؤ بالاساس الا وهو الجانب المتعلق بان مرونة الطلب بالحقيقه او ان الطلب في الاسواق الصناعيه ليس بي المرن بالشكل الكافي بمعنى لا نتوقع مثلاً اذا انخفض اسعار الجلد بان تتأثر بالتأثير الكبير في اسعار صناعه الاحذيه وبالعكس اذا ارتفعت الاسعار في الشراء الصناعي وكذلك هذا النوع من الشراء يمتاز بنوع من التركيز جغرافي فنجد عاده تركقص الصناعات معينه في موائق جغرافيه معينه ايضا من ضمن الاشياء التي رايينها من الخصائص ثمة ميزه لدى القائمين على الشراء الاجتماعي >> مو متأكده منها بانهم لديهم الاخبره والاحترافيه و هذا يفضل التعدد المتدخلين في الشراء وان الشراء عادة ان المشتريين او المندوبين يتعمدون الشراء من المصدر او الشراء المباشر ...

طبعاً آخر شيء تحدث فيه هو تجزئة السوق وهي عبارة عن تجزئة السوق هي عملية تقسيم السوق الكلي إلى عدة قطاعات سوقية متجانسة اعتماداً على أساس مخصوصه هذا يعتمد تكون جغرافيتها مثل المنطقة الوسطى والغربية والشرقية أو تكون على أساس اقتصاديه ذوي الدخل المختلف وقد تكون على أساس ديموغرافي قد تكون سوق نسائية أو رجالية الأطفال بهدف خدمه هذا السوق من ثم ندقق اذا كان هنا اختلاف وحاه من ثم بالمرحلة الثالثة وهي التنبؤ السوقية ومن ثم التنبؤ الحس السوقية

هنا الاسئلة التي انطرحت في المحاضرة

- ١- هل نحن مطالبون باسماء العلماء والتعاريف
- المهم الجوهر من السؤال ويمكن ان يطرح ويمكن ان يساق سؤال من هذه القضايا
- ٢- المصطلحات اللغة الانجليزية
- نحبذ ونطالب معرفه المصطلح ولكن لانسئل بمعنى في الاختبار
- ٣- من ناحيه سهوله الاختبار
- الي يذاكر بيحصل على اعلى الدرجات
- ٤- كتاب المقرر معتمد وينصح من ان يطلع من اكثر من مقرر لتوسيع المفهوم
- ٥- تكلم عن المزيج التسويقي
- عندما تكلمنا عن استراتيجيه التسويقي واهدافها
- ٦- تكلم عن الشراء الصناعي والشراء العادي والفرق بينها
- لو انها قالت ان الشراء العادي والشراء الصناعي هذا عادي ومقدور عليه
- ووضح بان هناك فرق بين قول الشراء النظامي والشراء الصناعي علما بان الشراء الصناعي جزء من النظامي >> كثير من الكتاب يكتبونها نظامي لانه مرادف للصناعي ووضح الاختلاف بينها
- ٧- ووضح بان الاسئلة غير تعجيزيه وسهله والكل يستطيع الجواب عليها

ام نجود