

بعض النقاط المهمة **للتسويق** طبعا منقول

المحاضرة الأولى :

- ١ - التي تعبر في التسويق على **العرض** هي "الصناعة أو القطاع "
- والتي تعبر في التسويق على **الطلب** هي "السوق"
- ٢ - مرحلة **التوجه بالانتاج** تعني **تفوق الطلب على العرض**
- ومرحلة **التوجه بالمستهلك (التوجه التسويقي)** تعني **تفوق العرض على الطلب**
- ٣ - **التسويق لا يخلق الحاجات** وإنما يؤثر على الرغبات
- ٤ - مهم جدا تعرف تفرق بين
الحاجة **والرغبة** **و القيمة** **والرضا**
شيء فطري **الوسيلة المفضلة** **القدرة المحصلة** **درجة الإشباع**

- وتعرف تعريف **الطلب** / **شراء بعض المنتجات المدعومة بإرادة الشراء**
- وتعريف **السوق** / **مكان التقاء العرض بالطلب ،مجموع الزبائن الحاليين**
- والمحتملين الذين لديهم الرغبة بالشراء**
- التسويق** / **عملية التي تعني بتدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك**
- ٥ - مهم جدا تعرف مراحل تطور التسويق الاربعة وعلى ماذا تركز المراحل

المحاضرة الثانية :

١ - المنظمة تقوم بتحليل بيئتها الخارجية لأجل "تحديد الفرص والمخاطر"
وأما المنظمة التي تقوم بتحليل بيئتها الداخلية لأجل تحديد "نقاط الضعف والقوة"
٢-مهم جدا انك تعرف البيئة الداخلية والخارجية المباشرة والغير مباشرة ومعرفة
التالي :

- أ- البيئة الداخلية للمنظمة هي
مالية - بشرية - تنظيمية - تكنولوجية
ولها عوامل اربعة مهم تقرأها ومعرفة التفريق بينهم
- ب- معرفة البيئة الخارجية للمنظمة ومعرفة طبيعة عملهم
- ج - معرفة البيئة الخارجية الغير مباشرة ومعرفة المقصود من كل عامل فيها
- ٣- التفريق بين بيئة المنظمة واستراتيجية التسويق للمنظمة
اي شي فيه تحقيق أهداف أو تحديد السوق المستهدف أو اختبار المزيج التسويقي
لغرض بلوغة أو تحديد اهداف أعرف انه يتكلم عن "الاستراتيجية"
واذا قال لك العوامل التي تؤثر في المنظمة ومسارها اعرف انه بيئة المنظمة
- ٤- مهم جدا انك تعرف ان التوزيع الرباعي يستخدم في "المنتجات المادية"
التوزيع السباعي تستخدم في "منتجات الخدمات"
- ٥- مهم جدا تعرف التوزيع الرباعي (المنتج - التسعير - الترويج - التوزيع)
وتعرف كل عنصر فيها
- ملاحظة " المزيج التسويقي الرباعي "
المنتج - التسعير - التوزيع - الترويج
" المزيج التسويقي السباعي
نفس الاربعة وضيف لها الناس - البيئة المادية - عملية تقديم الخدمات
فالكم التوفيق

المحاضرة الثالثة :

١ - تعريف النظام وقد ورد في اكثر من مرة في الاختبارات السابقة ركزو عليه زين

٢-مكونات نظام المعلومات التسويقية :

أ- المعلومات التسويقية الداخلية

وهو النظام المحاسبي

ب - المعلومات التسويقية الخارجية

وهو التي تزود المنظمة من جهات معتمدة مثل الجهات الرسمية و غيرها اهم شي خارج المنظمة يعني خارجية

نظم تشغيل وتحليل المعلومات :

لها دور كبير في الاستخدام وتعتمد على الاحصاء والرياضيات بحوث العمليات

٣- مهم جدا جدا تعرف وظائف بحوث التسويق وهي

أ - الوظيفية الوصفية :

التي بجمع وتقديم حقائق معينة عن الاوضاع الحالية في السوق يعني الي تجيب اخبار السوق سوا كان اسواق منافسة او غيرها

ب - الوظيفة التشخيصية :

هنا ركزو اش معاناها لان الدكتور يلفها شوي ويبيغا الفاهم فيها وهي تعني " البحث عن المشاكل الموجودة في المنظمة ؛ أو معرفة عدم فعالية الجهود الترويجية للمنظمة يعني اي مشكلة في المنظمة يسألون بعض وين المشكلة ووين الخل و يسألون عن حل للمشكلة اعتقد ان شا الله وضحة .

ج- الوظيفة التنبؤية :

معاناها دراسة المنظمة او دراسة نتائج لفترات لاحقة وتخص حجم المبيعات او من اسمها التنبؤ للمستقبل .

٤ - أهمية بحوث التسويق :

معناها ليش نسوي بحوث تسويق احنا نعرف انه لاجل اتخاذ قرارات مناسبة يعني تكون كالتالي :

(تحسين جودة القرارات - اكتشاف نقاط القوى واستغلالها - اكتشاف نقاط الضعف وتفاديها - فهم السوق والمتغيرات التي تحكمه)

٥- مهم جدا جدا معرفة مقارنة بين نظام المعلومات التسويقية و بحوث العمليات الي هو الجدول الموجود في المحتوى :
نظام المعلومات التسويقية
تابع المحاضرة الثالثة :

أساسه نظام من اسمه

وقته "مستمر "

مشكلاته "كثيرة "

مصادر " داخليه وخارجية "لانه حاسب

أما بحوث التسويق

اساسه " مشروع او برنامج "

وقته "غير مستمر "

مشاكله " محددة "

مصادره " خارجية فقط "

انتبوا في الاختبارات كلها السابقة

٦- مهم جدا انك تعرف مجالات بحوث التسويق وتعرف كل نقطة فيها اقروها

زين وهي اربعة

٧- خطوات بحوث التسويق اذكركم في مادة اساسيات البحث العملي اذا تذكرون

الخطوات نفسها بالضبط اقروها وراح تعرفون انها ماتحتاج جهد

٨ - مهم جدا انك تعرف امه مايميز مشكلة البحث التسويقي بانها تتعلق "

بالمخاطر والفرص "

المحاضرة الرابعة :

- ١- مهم جدا انك تعرف تعريف السلوك الشرائي
- ٢- مهم جدا تعرف أدوار الشراء الخمسة وهي
 - أ- المبادرة / الشخص الذي يقترح لأول مرة فكرة شراء منتج
 - ب- المؤثر / هو الشخص يكون له تأثير مباشر وغير مباشر في القرار النهائي
 - ج- متخذ القرار / وهو الشخص الذي يحدد ويتحكم في أبعا الشرائ مثل ماذا نشترى ؟
 - د - القائم بالشراء / من اسمه يعني الي يشتري اي الشخص الذي يقوم بتنفيذ إجراءات الصفقة
 - هـ- مستخدم المنتج / هو الشخص الذي يستعمل المنتج " الصفقة قد تمت .
- ٣- مهم جدا انك تعرف أنواع القرارات ومهمة جدا وهي كالتالي :
 - أ- القرار الروتيني : يعني ليس له أهمية في موضوع الشراء ، درجة تعقد المنتج محدودة ، لا يحتاج الى خبرة سابقة مثل (شراء خبز)
 - ب - القرار المتوسط : يعني يحتاج العميل لمعلومات بسيطة من الغير مثل (شراء جهاز تلفاز)
 - ج - القرار المعقد : يعني تحتاج الى معلومات داخلية وخارجية للمعرفة عنه مثل (شراء بيت - محطات نووية لتوليد الطاقة) ركزو على معانيها سهله .
- ٤- مهم جدا جدا انك تفرق بين أنواع (أقسام) القرارات الشرائية الي شرحتها فوق و أنواع (أقسام) القرار الشرائي والقرار الشرائي هي :
 - أ - قرار رئيسي : يعني اساس الحاجة اني يشتري تلفاز
 - ب - قرار ثانوي : يعني انا يشتري تلفاز بس انا ابي جودة معين مثل الشركة المصنعة و نوعها بلازما ولا LED يعني اكشخ .

- ٥- مهم جدا جدا جدا انك تعرف نموذج لسلوك المستهلك موجود في المحتوى لازم تقروه زين جاب منه في الاختبار السابق وهي
- أ- الموثرات الخارجية وتندرج تحت اشياء لابد تعرفوها
- ب- العلبة السوداء وتندرج تحتها (خصائص المشتري - مسار القرار)
- ج - استجابة المستهلك وتندرج تحتها اشياء لابد تقرونها في المحتوى ترونه مهم

تابع المحاضرة الرابعة :

- ٦- مهم جدا تعرفون العوامل المؤثرة في الشراء اقروها زين والاهم انك تعرف الجماعات المرجية لها انواع :
- جماعات أولية (الاسرة - الاصدقاء)
- جماعات ثانوية (النوادي - الجمعيات) هذي من ضمن الي ينتمي إليها اما الي ما ينتمي إليها مثل (ابطال الرياضيين - أبطال السينما)
- وايضا مهم جدا انك تعرف العوامل الشخصية وعناصرها وعوامل النفسية وآليات التي تتدخل فيها سيكولوجيا الفرد الشرائية : الدافعية وتعرف تعريفه
- الادراك وتفهم تعريفه مهم جدا جا في الاختبارات السابقة .
- ٧- مهم جدا جدا جدا انك تعرف الهرم الي قدم العالم " ماسلو " وتركز على (قاع أو قاعدة) الهرم وهو " الحاجات الفيزيولوجية " و أعلى الهرم " تحقيق الذات "
- ٨ - مهم جدا جدا جدا معرفة الخطوات لصنع القرار الشرائي وبالترتيب وممكن يسألك في الاختبار البحث عن المعلومة في أي خطوة من خطوات صنع القرار الشرائية
- طبعا الجواب الخطوة الثانية .

المحاضرة الخامسة :

- ١ - مهم جدا انك تعرف تعريف مركز الشراء (المتدخلون في الشراء الصناعي)
- ٢ - مهم جدا جدا انك تعرف خصائص الشراء النظامي (مقارنة اسواق الاستهلاك بالاسواق الصناعية :
انتبهو حاب احذركم من شي مهم الدكتور لفها في اختبارات سابقة ولازن تعرفون الخصائص صح وخط في راسك انها تخص الاسواق الصناعية
واذا جاك في الاختبار يقولك من خصائص أسواق الاستهلاك على الاسواق الصناعية هنا اعلمك كيف تحل :
مثال من خصائص الاسواق الصناعية قلة المشترين هذي صح
لكن من خصائص اسواق الاستهلاك هنا لازم تعكس الاجابه يصير كثرة المشترين
ركزو على هذي المعلومات .
- ٣ - ركزو على أصحاب أدوار المتدخلون في الشراء يجب منها مثل :
يقولك تتمثل هذه الجهة التي تعطي موافقتها على تمرير طلب الشراء ؟
وهنا الاجابة الصحيحة " الجهة المصادقة "
- ٤ - ركزو على المتغيرات جاب منها في الاختبارات السابقة مهم جدا جدا انك تميز بينهم وهي
أ-متغيرات بيئية :
ومن أهمها : مستوى الطلب (ممكن يقولك مستوى المستهلك يبغا يلفها خلك ذكي المستهلك هو الطلب) - الدورة الاقتصادية (ممكن يقولك معدل التضخم يبغا يلفها خلك ذكي) - سعر النقود - التقدم التكنولوجي - المضممار السياسي - المنافسة
ب- المتغيرات التنظيمية : انتبهو جابها كثير ركزو عليها وهي :
سياسات واهداف المنظمة - إجراءات المنظمة (سياسة المكافآت) - الهيكلية الادارية (مركزية ولا مركزية) نظام الاتصالات والمعلومات .

- نقاط مهمة جدا جدا في **المحاضرة السادسة** ارجو الرجوع اليها :
- ١- مهم جدا انك تعرف مفهوم التجزئة السوقية : ولو تبغوها بالعقل تجزئة يعني تقسيم وكلمة تقسيم موجودة في التعريف .
 - ٢- مهم جدا انك تعرف مزايا التجزئة السوقية :
جانبها في الاختبارات السابقة ارجعو لها في المحتوى .
 - ٣- مهم جدا جدا مغرفة خطوات التجزئة السوقية وبالترتيب لانه جانبها في الاختبارات السابقة وركز على الخطوة الاولى وبالعقل هي تحديد أسس من كلمة أسس تعرف انها خطوة أولى
والخطوة الاخيرة اختيار القطاع أو عدة قطاعات (ركزو جانب سؤال يقول في الخطوة الاخيرة من خطوات التجزئة السوقية يمكن للمنظمة ان تختار : قطاع واحد
قطاعين
ثلاثة أو أكثر داهيه هذا الدكتور انتبهو منها)
ومعرفة كل خطوة اش معناها مثال (خطوة التجزئة السوقية ذات العلاقة المباشرة مع الطاقة الانتاجية للمنظمة ودراسة المنافسين هي ؟
طبعاً الاجابه الصحيحة خطوة التنبؤ بالحصة السوقية .
 - ٤ - مهم جدا جدا معرفة استراتيجيات تقسيم السوق وما عليكم انا اسهلها عليكم :
- أ- استراتيجية السوق الكلي :
- معناها وضع مزيج واحد لكل السوق أو كامل أجزاء السوق .
- ب - استراتيجية التركيز السوقي :
- معناها انها تركز علي فئة وحدة من المستهلكين مثل انه يركز على المشروبات الغازية الخالية من السكر لمرضى السكر هنا يعني ركز على فئة وهم مرضى السكر يعني ذات موارد محدودة .
- ج- استراتيجية التعدد :
- من اسمها تعدد يعني اقسام السوق الى مجموعات و تكون مكونه اكثر من مزيج تسويقي و عيبها انها مكلفة .

شفتو كيف سهلة ،،،

- نقاط مهمة جدا جدا **للمحاضرة السابعة** اتمنى الرجوع اليها وهي كالتالي :
- ١- مهم جدا انك تعرف تعريف تقدير الطلب وعشان اسهلك التعريف تقدير معناه قياس كمي وتلقى الكلمة هذي في التعريف ارجع للمحتوى واقراها .
 - ٢- مهم جدا انك تعرف عناصر تقدير الطلب وهي ثلاثة (تقسيمات المنتج وتلقى لها امثلة عليها ارجع لها - المناطق الجغرافية - الفترات الزمنية قصيرة ومتوسطة وطويلة الاجل) .
 - ٣- مهم جدا انك تعرف المحددات المؤثرة في الطلب وتعرف كل نقطة اش تعني وركز على رقم ٤ الانشطة التسويقية وبالاخص فعالية والكفاءة التسويقية ولازم تميز بين (اذا قالك تتعلق الفعاليه بمدى قوله " تحقيق النتائج التسويقية المسطرة وهي [مخرجات]) .
و الثانية (اذا قالك تتعلق بالكفاءة التسويقية ب قوله بمدى استغلال الموارد وهي [مدخلات] . ركزو عليها كثير.
 - ٤- مهم جدا انك تعرف أنواع تقديرات الطلب المتوقع وياهو تمتع في هذا الجزء وهي كالتالي بشرح مبسط :
 - أ - الطاقة الاستيعابية للسوق : معناها الاحتمال الاقصى للسوق
 - ب- التقدير المتوقع للسوق (الطلب الجاري) هنا ركزو :
معناها حجم الطلب الي ممكن تحقيقه خلال فترة معينة يعني اقدر احقق هذا الطلب .
 - ج - الطاقة القصوى للطلب على منتجات المنظمة : معناها أقصى حجم طلب ممكن للمنظمة تحقيق (هنا ميز بين الطلب الجاري و الطاقة القصوى للطلب على منتجات المنظمة) وقد يساوى التقدير المتوقع للسوق كله كما احتكار كامل للمنظمة .
 - د - نصيب الشركة من السوق :
معناها نسبة معينة من كلمة نصيب من حجم الطلب المتوقع .
 - هـ- تقديرات السوق الكلي والجزئي : معانها
إجمالي تقديرات الطلب في كافة انحاء السوق على متسوى المملكة يعتبر (كلي)
وعلى مستوى المنطقة يعتبر (جزئي) .

٥- مهم جدا جدا انك تعرف طرق التقديرات المتوقع شخصية ولها ثلاث طرق وركز على فقرة ج آراء أهل الخبرة لها ٣ طرق فوقها ومهم جدا تعرف معنى كل طريقة و أمثلة الطرق السببية .