

جامعة باجي مختار عنابة
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

المحاضرة الثانية

مقياس أساسيات التسويق 1

21/10/2025 السنة الثانية علوم تجارية الساعة: 13.30 سا الأستاذة بلعرج

محتوى المحاضرة الثانية: وظيفة التسويق في المؤسسة

1-مبررات وجود وظيفة التسويق بالمؤسسة

2/ أهمية وظيفة التسويق في المؤسسة

3/ تطور النظرة إلى دور التسويق في المؤسسات

4/ علاقة وظيفة التسويق بالوظائف الأخرى

5/ الدور المتنامي للوظيفة التسويقية بالمؤسسة

6/ وظائف التسويق

مبررات وجود وظيفة التسويق في المؤسسة

- زيادة حجم المؤسسات
- الإنتاج الواسع
- المنافسة الشديدة مع تشابه المنتجات
- التطور التكنولوجي؛
- الدعاية والإشهار ووسائل التأثير على الآخرين

أهمية وظيفة التسويق في المؤسسة

- إشراك المستهلكين،
- تساعد على بناء علاقات مع الجمهور
- توليد وتوفير الإيرادات

تطور النظرة إلى دور التسويق في المؤسسات

كان المديرون بالمؤسسات خاصة مديرو التمويل والإنتاج ينظرون إلى التسويق باعتباره ضيفا غير مرغوب فيه تحولت النظرة إلى اعتباره نشاطا أساسيا للمؤسسات، ويترتب على الأخذ بالمفهوم التسويقي ازدياد دور ومكانة إدارة التسويق داخل المؤسسات وتتفاوت هذه المكانة باختلاف نظرة المسؤولين لأهمية النشاط التسويقي ودوره في تحقيق أهداف المؤسسة ومن هذه التصورات نجد:

- تساوي التسويق في الأهمية مع غيره من الأنشطة، أي أن وظيفة التسويق لها أهمية متساوية مع الوظائف الأخرى مثل الإنتاج والتمويل و الأفراد.
- تركّز المؤسسات على وظيفة التسويق باعتبارها مركز الاهتمام و الوظيفة الرئيسية في المؤسسة و أن الإدارات الأخرى تخدم كوظائف مدعمة للجهود التسويقية.
- خدمة وتحقيق رضا المستهلك هو محل الاهتمام المشترك لدى الأنشطة الوظيفية

علاقة وظيفة التسويق بالوظائف الأخرى

مع وظيفة الإنتاج:

التسويق	الإنتاج
- مجموعات كبيرة.	- مجموعات صغيرة.
- نماذج قليلة.	- نماذج متعددة.
- مشتريات منظمة	- مشتريات حالية
- مكونات نموذجية	- مكونات مخصصة.
- إنتاج مجدول و منظم.	- إنتاج متغير
- مخزون صغير.	- مخزون مهم

مع البحث والتطوير

التسويق	البحث والتطوير
- نوعية معروفة.	- نوعية جوهرية.
- بحث تطبيقي	- بحث نظري
- خصائص قابلة للبيع..	- خصائص وظيفية.

مع المحاسبة والمالية:

المحاسبة والمالية	التسويق
- نمو المردودية	- نمو حصص السوق..
- أسعار الأكبر من الكلفة.	- سعر يطور المبيعات.
- ميزانية ضيقة ومحددة.	- ميزانية متكيفة لمتابعة الطلب.

الدور المتنامي للوظيفة التسويقية بالمؤسسة

- دور التسويق بالمؤسسة هو العمل على تبني فلسفات و أهداف و خطط و استراتيجيات تسويقية متنامية و متسارعة توصل إلى تحقيق الأهداف التالية:
- 1. الفت اهتمام و انتباه المستهلك نحو منتجات و / أو خدمات المؤسسة.
- 2. استكشاف و تحديد الحاجات والتطلعات القريبة و البعيدة من خلال قيادة المستهلك، و ذلك فيما يتعلق بقطاعات السوق و فئات المستهلك المختلفة المتوقع أن تتعامل مع المؤسسة.
- 3. إثارة دوافع المستهلك الايجابية اتجاه التعامل مع المؤسسة و شراء خدماتها و / أو منتجاتها.
- 4. تقوية اتجاهات المستهلك الإيجابية اتجاه خدمات و منتجات المؤسسة و يبدأ ذلك بتقوية إدراكات المستهلك و تقييمه الايجابي لمنتجات أو خدمات المؤسسة و تقوية ميوله السلوكية الايجابية القولية والفعلية.
- 5. تقوية ثقة المستهلك في منتجاتها و علاماتها أو خدماتها مما يعكس على النية أو القصد في الشراء والرضاء وتكرار الشراء الناتج عن ذلك.
- 6. زيادة المبيعات و الأرباح
- 7. تزايد الرفاهية للمستهلك و المؤسسة

وظائف التسويق

• أولاً: وظائف العرض المادي وتتمثل بشكل رئيسي في:

- النقل
- التخزين

• ثانياً: وظائف المبادلة: هي الوظائف التي تساعد على نقل ملكية السلعة من بائعها إلى مشتريها.

- وظيفة الشراء
- وظيفة البيع

• ثالثاً: وظائف التسويق التسهيلية: أي التي تساعد على تسهيل القيام بالوظائف التسويقية.

- التمويل
- تحمل المخاطر
- التتميط والتدريج
- البحث السوقي