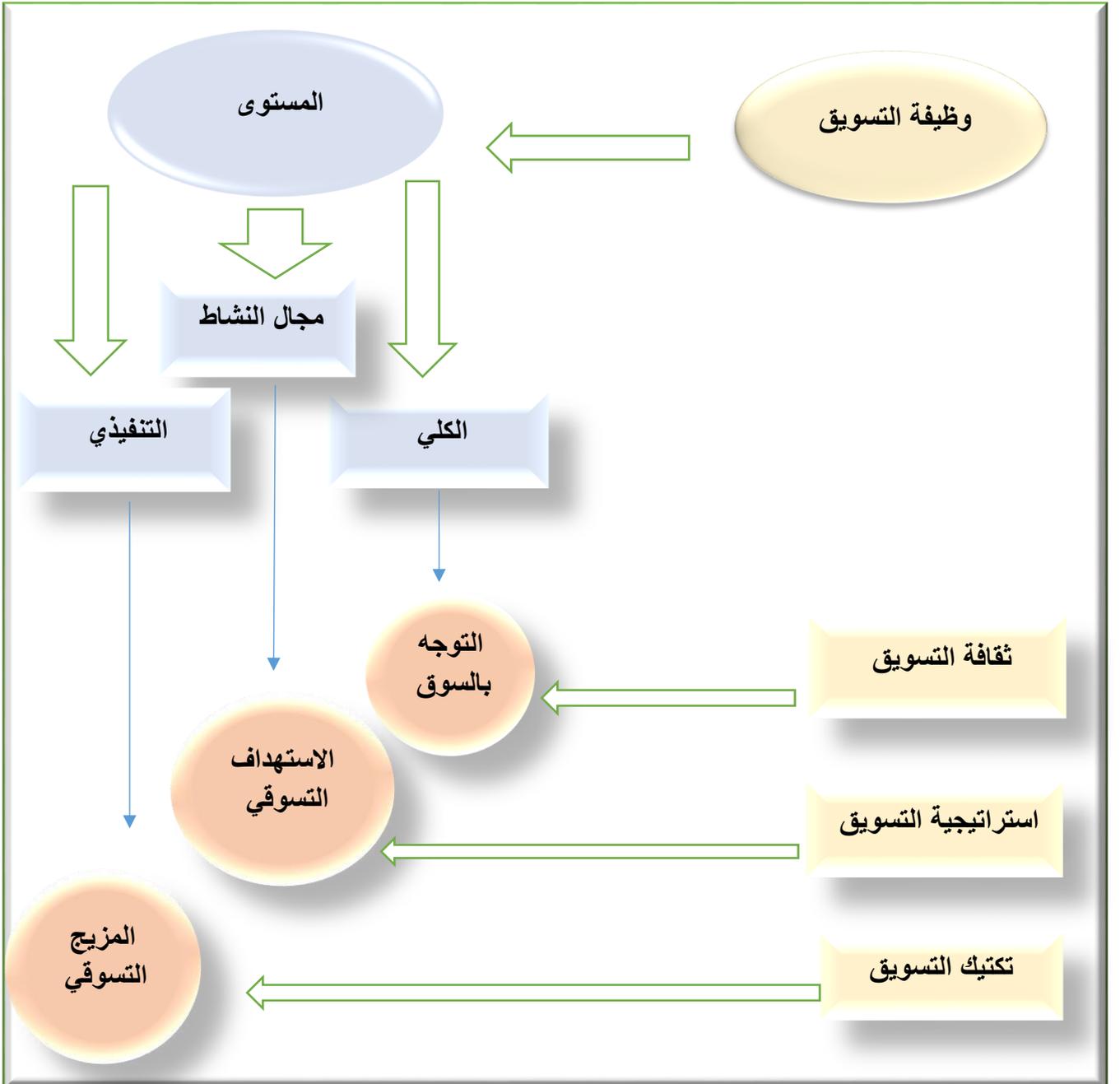


-مهمة التسويق في المؤسسة

إن مهمة التسويق لا تنحصر فقط في إدارة وظيفة التسويق لوحدها، ولكنها تشمل مختلف المستويات في نشاط المؤسسة، فمهمة التسويق في المؤسسة تبرز على ثلاث مستويات مختلفة، على المستوى الكلي، و على مستوى مجال النشاط الاستراتيجي وعلى المستوى التنفيذي، ولذا ينبغي علينا تبعا لذلك، التفرقة بين الأبعاد المختلفة للتسويق و التي تجد موقفها في المستويات السابقة، التسويق كثقافة وفلسفة، التسويق كإستراتيجية ، و التسويق كنشاط تكتيكي (ميداني)، كما يلخص الشكل التالي :

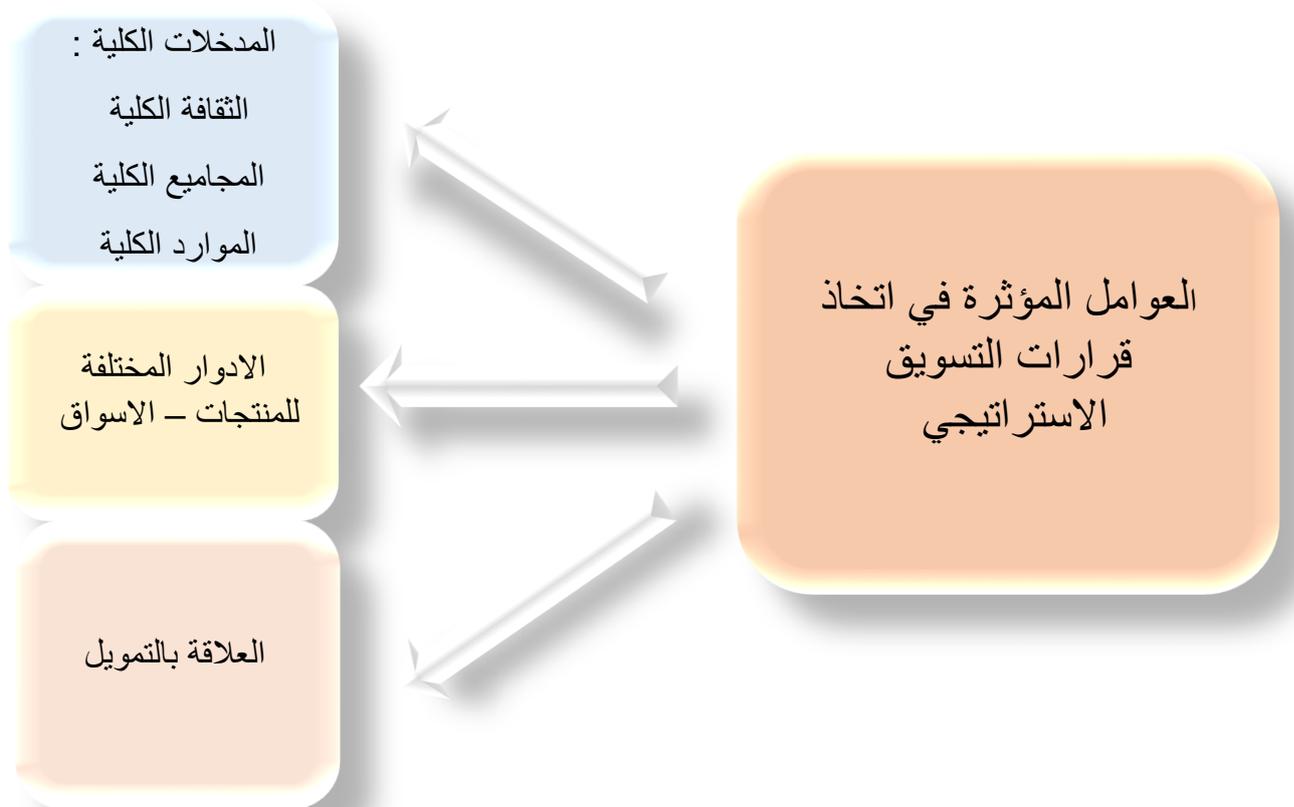


ثقافة و فلسفة التسويق: يتعلق الأمر هنا بالقيمة الأساسية للتسويق و التي تتمثل في نظرته للمستهلك أو الزبون على أنه مصدر وجود وبقاء المؤسسة) المفهوم التسويقي

استراتيجية التسويق: إن بناء أي استراتيجية تسويقية يجب أن يتم من خلال مسار استهداف السوق: التجزئة، السوق المستهدف، والتموقع، إن هذه الأنشطة تجد مكانها على مستوى مجال النشاط الاستراتيجي من خلال تحديد الثنائيات (منتوج/ سوق) والتي تمثل فرصا للمؤسسة يمكن استغلالها.

التسويق التكتيكي: ويتعلق الأمر هنا بإعداد المزيج التسويقي بما يضمن تمثيل إستراتيجية التسويق المختارة، فعلى هذا المستوى تتحدد خصائص المنتج أو الخدمة المعروضة، سعرها، سياسة توزيعها، وسياسة الاتصال المتعلقة بها .

-العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي-



-التسويق الاستراتيجي و التسويق الميداني

