

جامعة امحمد بوقرة - بومرداس -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مطبوعة موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر
تخصص إدارة التسويق

محاضرات في التسويق الاستراتيجي

من إعداد الدكتور
عرب عبد العزيز

السنة الجامعية 2015/2014

القهرس

- Erreur ! Signet non défini. مقدمة
- Erreur ! Signet non défini.المبحث الأول: مدخل للتسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.المطلب الأول: تعريف التسويق الإستراتيجي وأبعاده
- Erreur ! Signet non défini.أولاً- تعريف التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.المطلب الثاني: أهمية التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.المطلب الثالث: أهداف التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.المبحث الثاني: مجال التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.المطلب الأول: مضامين التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.أولاً- تعظيم قيمة الزبون
- Erreur ! Signet non défini.ثانياً- التوجه الإستراتيجي لإدارة علاقات الزبون (CRM)
- Erreur ! Signet non défini.ثالثاً- إستراتيجية التوجه بالسوق
- Erreur ! Signet non défini.رابعاً- التوجه الطويل الأمد
- Erreur ! Signet non défini.المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على اتخاذ قرارات التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.أولاً- المدخلات الكلية
- Erreur ! Signet non défini.ثانياً- الأدوار المختلفة للمنتجات/الأسواق
- Erreur ! Signet non défini.ثالثاً- العلاقة بالتمويل (الموارد المالية)
- Erreur ! Signet non défini.المطلب الثالث: عناصر التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.أولاً- تحليل عناصر التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.ثانياً- مثلث التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.ثالثاً- العناصر المؤثرة على صياغة إستراتيجية التسويق
- Erreur ! Signet non défini.المطلب الرابع: أنواع التسويق الإستراتيجي
- Erreur ! Signet non défini.أولاً- إستراتيجية المدافع في السوق
- Erreur ! Signet non défini.ثانياً- إستراتيجية المهاجم في السوق
- Erreur ! Signet non défini.ثالثاً- إستراتيجية الاتباع

رابعا- إستراتيجية المكتشف التسويقي..... Erreur ! Signet non défini.
 خامسا- إستراتيجيات بوتر الثالث Erreur ! Signet non défini.
 Erreur ! Signet non défini.المطلب الخامس: خطوات البناء للتسويق الإستراتيجي
 أولا- تحليل الموقف Erreur ! Signet non défini.
 Erreur ! Signet non défini.ثانيا- تقييم الفرص والتهديدات التسويقية ونقاط القوة والضعف
 Erreur ! Signet non défini.ثالثا- صياغة الأهداف الإستراتيجية
 رابعا- تحديد وصياغة الإستراتيجية Erreur ! Signet non défini.
 خامسا- اختيار الإستراتيجية Erreur ! Signet non défini.
 Erreur ! Signet non défini.سادسا- تنفيذ الإستراتيجية
 Erreur ! Signet non défini.سابعا- مرحلة الرقابة
 Erreur ! Signet non défini.خاتمة
 Erreur ! Signet non défini.قائمة المراجع
 Erreur ! Signet non défini.الفصل الثاني: إدارة التسويق الإستراتيجي
 Erreur ! Signet non défini.مقدمة
 Erreur ! Signet non défini.المبحث الأول: مفاهيم عامة حول إدارة التسويق الإستراتيجي
 Erreur ! Signet non défini.المطلب الأول: مفهوم الإدارة الإستراتيجية وعلاقتها بالتسويق
 Erreur ! Signet non défini.أولا- مفهوم الإدارة الإستراتيجية وبعض المصطلحات المتعلقة بها
 Erreur ! Signet non défini.ثانيا- العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية والتسويق
 Erreur ! Signet non défini.المطلب الثاني: مفهوم إدارة التسويق الإستراتيجي والمراحل التي مرت بها
 Erreur ! Signet non défini.أولا- مفهوم إدارة التسويق الإستراتيجي
 Erreur ! Signet non défini.ثانيا- المراحل المختلفة لدور إدارة التسويق
 Erreur ! Signet non défini.المطلب الثالث: مهام إدارة التسويق الإستراتيجي، مشاكلها ومقومات نجاحها
 Erreur ! Signet non défini.أولا- مهام إدارة التسويق الإستراتيجي
 Erreur ! Signet non défini.ثانيا- مشاكل إدارة التسويق الإستراتيجي
 Erreur ! Signet non défini.المبحث الثاني: تخطيط التسويق الاستراتيجي
 Erreur ! Signet non défini.المطلب الأول: مفهوم تخطيط التسويق الاستراتيجي وأنواعه
 Erreur ! Signet non défini.أولا- مفهوم تخطيط التسويق الإستراتيجي:

ثانيا- أنواع التخطيط التسويقي الاستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثاني: خصائص التخطيط الاستراتيجي للتسويق، مكوناته وأهدافه..... Erreur ! Signet non défini.

أولا- خصائص التخطيط الاستراتيجي للتسويق..... Erreur ! Signet non défini.

ثانيا- مكونات الإستراتيجية التسويقية..... Erreur ! Signet non défini.

ثالثا- أهمية التخطيط الاستراتيجي التسويقي..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثالث: مراحل تخطيط التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

أولا- تحليل الوضع التسويقي الحالي..... Erreur ! Signet non défini.

ثانيا- تحديد السوق المستهدف..... Erreur ! Signet non défini.

رابعا- تحديد عناصر المزيج التسويقي..... Erreur ! Signet non défini.

سادسا- السيطرة وتقييم إجراءات الأداء والمعايير..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الأول: مفهوم تنظيم التسويق الإستراتيجي، أهميته ومبادئه..... Erreur ! Signet non défini.

أولا- مفهوم تنظيم التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

ثانيا- أهمية تنظيم التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

ثالثا- مبادئ تنظيم التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثاني: أسباب تنظيم التسويق الإستراتيجي ومراحله..... Erreur ! Signet non défini.

أولا- أسباب تنظيم التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

ثانيا- مراحل تنظيم التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

أولا- مفهوم الهيكل التنظيمي..... Erreur ! Signet non défini.

ثانيا- أسباب التباين في الهياكل التنظيمية..... Erreur ! Signet non défini.

ثالثا- الإدارات المكونة للهيكل التنظيمي التسويقي..... Erreur ! Signet non défini.

رابعا- تقييم الهيكل التنظيمي..... Erreur ! Signet non défini.

ثانيا- أهمية توجيه التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثاني: مبادئ توجيه التسويق الإستراتيجي، وأهدافه ومقوماته..... Erreur ! Signet non défini.

أولا- مبادئ توجيه التسويق الإستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

الفصل الثالث: أسس التسويق الاستراتيجي..... Erreur ! Signet non défini.

مقدمة..... Erreur ! Signet non défini.

- المبحث الأول: مفهوم التسويق الاستراتيجي Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الأول: مفهوم التسويق الاستراتيجي من خلال تصميم المزيج التسويقي ... Erreur ! Signet non défini.
- أولاً- مكانة المنتجات في الاستراتيجية العامة للتسويق..... Erreur ! Signet non défini.
- ثالثاً- مكانة الترويج في الاستراتيجية العامة للتسويق..... Erreur ! Signet non défini.
- رابعاً- مكانة التسعير في الاستراتيجية العامة للتسويق..... Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الثاني: مفهوم التسويق الاستراتيجي من خلال علاقته بالتخطيط الاستراتيجي Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الثالث: مفهوم التسويق الاستراتيجي من خلال علاقته باستراتيجية الشركة Erreur ! Signet non défini.
- المبحث الثاني: أهمية التسويق الاستراتيجي في خلق الفرصة التسويقية..... Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الأول: طرق خلق الفرصة التسويقية..... Erreur ! Signet non défini.
- أولاً- عرض سلعة ما بكمية قليلة Erreur ! Signet non défini.
- ثانياً- عرض سلعة وخدمة موجودة بطريقة جديدة وراقية..... Erreur ! Signet non défini.
- ثالثاً- عرض سلعة أو خدمة جديدة..... Erreur ! Signet non défini.
- رابعاً- إيجاد فرص واعدة أكثر..... Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الثاني: تقييم واختيار الفرص التسويقية..... Erreur ! Signet non défini.
- المبحث الثالث: أهمية التسويق الاستراتيجي في زيادة نمو الشركة Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الأول: تحديد العملاء المرتقبين..... Erreur ! Signet non défini.
- أولاً- تحديد السوق المستهدف..... Erreur ! Signet non défini.
- ثالثاً- وصف بدايات السعي لإيجاد العملاء..... Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الثاني: البيع للعملاء المرتقبين..... Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الثالث: الاحتفاظ بالعملاء مدى الحياة..... Erreur ! Signet non défini.
- أولاً- العميل للمرة الأولى..... Erreur ! Signet non défini.
- ثانياً- العملاء المتكررون..... Erreur ! Signet non défini.
- ثالثاً- الزبون..... Erreur ! Signet non défini.
- رابعاً- المدافع..... Erreur ! Signet non défini.
- خامساً- العضو..... Erreur ! Signet non défini.
- سادساً- الشريك..... Erreur ! Signet non défini.
- سابعاً- المالك الجزئي..... Erreur ! Signet non défini.
- المبحث الرابع: أهمية التسويق الاستراتيجي في تطوير عروض القيمة والعلامة التجارية Erreur ! Signet non défini.
- المطلب الأول: تطوير عرض القيمة..... Erreur ! Signet non défini.
- أولاً- اختيار صورة ذهنية واسعة..... Erreur ! Signet non défini.
- ثانياً- اختيار تثبيت صورة ذهنية معينة..... Erreur ! Signet non défini.
- ثالثاً- اختيار تثبيت الصورة الذهنية للقيمة..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثاني: بناء العلامة التجارية.....
Erreur ! Signet non défini.
أولاً- اختيار اسم العلامة التجارية.....
Erreur ! Signet non défini.
ثانياً- أدوات بناء هوية العلامة التجارية.....
Erreur ! Signet non défini.
المطلب الثالث: تقييم فعالية العلامة التجارية.....
Erreur ! Signet non défini.
خاتمة.....