|  |
| --- |
| التسويق الاستراتيجي |
| المحاضرة الثانية |
| محاضرات في مقياس التسويق الاستراتيجي الرقمي لطلبة السنة ثالثة تخصص تسويق |

من ا

2023/2024

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

**التسويق الاستراتيجي:**

**تمهيد:**

**سنتناول في هذه المحاضرة مجموعة من المفاهيم المتعلقة بالاستراتيجية:**

**\* شكل يبين مراحل اعداد الخطة الاستراتيجية؛**

**- التخطيط على مستوى وظيفة التسويق؛**

**- التخطيط على مستوى المنظمة**

**\* المرحلة الأولى/ تحديد رؤية ورسالة وقيم المنظمة:**

**-** **تعريف رؤية المنظمة؛**

**-**  **تعريف رسالة المنظمة؛**

**-** **تعريف القيم الجوهرية للمنظمة.**

**1- شكل يبين مراحل اعداد الخطة الاستراتيجية:**

**التخطيط على مستوى وظيفة التسويق التخطيط على مستوى المنظمة**

التعرف على رؤية رسالة وقيم المنظمة

تحديد رؤية ورسالة وقيم المنظمة

تحليل تسويقي زائد تحليل الموقف

تحليل الموقف

أهداف التسويق

أهداف المنظمة

استراتيجية التسويق

الاستراتيجية العامة للمنظمة

الخطة الاستراتيجية للتسويق

الخطة الاستراتيجية للمنظمة

الميزانية التقديرية للخطة

الميزانية التقديرية للخطة

خطة الطوارئ

خطة الطوارئ

الخطة التشغيلية للسنة الأولى.

1

2

1----- إطار التخطيط الاستراتيجي (تخطيط طويل المدى)

2----- إطار التخطيط التكتيكي (تخطيط قصير المدى)

**شكل يبين مراحل اعداد الخطة الاستراتيجية**

**مراحل اعداد خطة التسويق:**

لا ينفصل إعداد خطة التسويق عن الخطة الاستراتيجية العامة للمنظمة فهي تنبثق عنها وتساهم في تحقيقها وهو ما يتطلب أن تسير الخطتان بالتوازي وأن تدعم كل منهما الأخرى.

**المرحلة الأولى/ تحديد رؤية ورسالة وقيم المنظمة:**

1- **تعريف رؤية المنظمة :**

الرؤية هي ملخص لتصور الإدارة العليا للوضع المرغوب للمنظمة في المستقبل.

وبعباره أخرى هي الصورة الذهنية لما يمكن أن تكون عليه المنظمة في المستقبل بحيث تقود هذه الرؤية وتوجه جميع أنشطة المنظمة ويشترط في الرؤية أن تكون واضحة وسهلة الفهم ومناسبة للظروف وقادرة على الاستجابة لتغيرات البيئة المحيطة.

\* مثال رؤيه شركة LG أن تكون قائدا رقميا حقيقيا يجعل عملائه سعداء حول العالم من خلال منتجاته الرقمية.

\* رؤيه شركه هاي تكنولوجي للتقنيات المتقدمة أن تصبح شركة عالمية قائدة في مجال التقنيات المتقدمة.

**2- تعريف رساله المنظمة:**

هي جملة أو عدة جمل أو فقرات تعبر عن ما تفعله المنظمة لتحقيق رؤيتها في المستقبل، وتستخدم المنظمة عددا من المعايير لصياغة رسالتها منها المعايير المتعلقة بمنتجاتها، بعملائها، بربحيتها، وبمسؤوليتها الاجتماعية.

\* مثال شركة سامسونج:

سوف نكرس مواردنا البشرية والتقنية من أجل تقديم منتجات وخدمات متفوقة مساهمين بذلك في ايجاد مجتمع عالمي أفضل.

\* رساله شركة أديداس:

هي أن تكون أحسن مجموعة للرياضة في العالم و الأحسن من وجهة نظر الجوانب الاجتماعية والبيئية يعني أننا نكرس أنفسنا للقيام بالممارسات المسؤولة اجتماعيا والآمنة والحريصة على البيئة في كل من الشركة وسلسلة مورديها.

**3- تعريف القيم الجوهرية للمنظمة:**

تذيل أو تختم الكثير من المنظمات رسالتها بمجموعة من القيم الجوهرية وهي عبارة عن معتقدات تعبر عن فلسفة الإدارة العليا وتحكم سلوك العاملين فيها.

\* مثلا تذكر شركة والت ديزني العالمية:

أن رسالتها أن تجعل الناس سعداء حول العالم وتذكر القيم التالية:

تعزيز ونشر القيم الأمريكية.

الابتكار والحلم والتخيل.

الانتباه الشديد للتفاصيل.

الحفاظ على سحر ديزني الرقابة عليه.

\* قيم شركه مايكروسوفت:

إن تحقيق رسالتنا يتطلب أناساً عظماء يكونون أذكياء ومبدعين ونشطين ولديهم القيم التالي:

النزاهة والأمانة.

التعاطف مع العملاء.

الانفتاح على الآخرين واحترامهم.

بذل الجهود لجعل العملاء أفضل.

الاستعداد لمواجهة التحديات والتعامل معها.

المسؤولية عن النتائج والجودة المطلوبة