

Sales and Marketing Management
Concepts

مفاهيم في إدارة المبيعات والتسويق

إعداد

الأستاذ الدكتور حميد الطائي

دليل الكتاب

الصفحة	العنوان	ت
3	آية قرآنية	1
4	الإهداء	2
6	شكر وتقدير	3
7	توطئة	4
13-11	قائمة المختصرات	5
15-17	أشكال التسويق	6
88-19	مسرد المصطلحات	7
167-89	معاني الكلمات	8
175-169	الملاحق	9
204-177	أسئلة متعددة الخيارات باللغة الإنجليزية	10
203	فهرس الأشكال	11
205	المراجع العلمية المعتمدة	12

توطئة

تبرز المؤشرات الاقتصادية في دنيا المال أن عملية التسويق للسلع الملموسة المتمثلة بالسيارات والأجهزة الكهربائية والمستلزمات والأثاث إضافة الى الشامبو ومعاجين الأسنان والعطور والأجهزة المنزلية والملابس الرجالية والنسائية تأخذ حصة كبيرة من التبادلات الاقتصادية العالمية ولكن في الربع الأخير من القرن الماضي، وبداية القرن الحالي ظهرت بعض المؤشرات تُظهر أن ظاهرة حديثة بدأت تتجلى بشكل واضح وهي مساهمة قطاع الخدمات ونموه على المستوى الدولي، حيث تشير الدراسات الميدانية الى أنه بحدود (8) عمال من أصل (10) يعملون في الصناعات الخدمية كالفنادق وشركات الطيران والبنوك .. الخ.

وكذلك الأشخاص الذين يقدمون الخدمات المستندة على الأجهزة والمنتجات كالـتعليم، والتدريب، والرعاية الصحية، المدربين .. الخ، وبناءً على ذلك فإن اقتصاد الخدمات عالمياً أصبح أمراً يستحق الدراسة والتحليل. وبناءً على ما تقدم فإن الصناعات الخدمية هي صناعات معقدة وصعبة ومتفاوتة ومتغيرة بشكل وآخر حسب طبيعة القطاع وكالاتي:

فالقطاع الحكومي (Governmental Sector) ومجالاته الواسعة، خدمات الاستخدام أو العمل بالمستشفيات، وكالات الإقراض، الخدمات العسكرية والشرطة والدفاع المدني، مكاتب البريد، وكالات التنظيم والمدارس والجامعات وخدمات الأعمال. والقطاع الخاص غير الربحي (Private nonprofit sector) المتمثل بالمتاحف والمساجد والكنائس والمؤسسات الاجتماعية والرعاية الصحية والمنظمات الإنسانية كالهلال الأحمر الدولية وأطباء بلا حدود. وقطاع الأعمال (Business sector) الذي يمثل أفضل مجال لتطوير الأعمال التي تشتمل على شركات النقل الجوية والبرية والبحرية والبنوك ومكاتب خدمات الحاسوب،