
الفصل الأول

مقدمة في علم التسويق

مفهوم التسويق⁽¹⁾ :

مر مفهوم التسويق بمراحل عديدة وتطور هذا المفهوم من فترة زمنية لآخرى، وعلى الرغم من ان التسويق قد نشأ بنشوء التبادل التجاري منذ القدم، وبالرغم من تطور دراسات التسويق الا انه لا يوجد اجماع على تعريف التسويق، فالتعاريف التقليدية للتسويق تركز في الغالب على النقل المادي للسلع من مراكز الانتاج الى مراكز الاستهلاك اما التعاريف الحديثة فقد راعت العديد من الامور الهامة والمتداخلة عند تعريفها للتسويق .

ومن التعاريف التقليدية للتسويق

في عام ١٩٤٧ عرفته "الجمعية الامريكية للتسويق" أنه أنشطة المشروع التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج الى المستهلك النهائي او المشتري الصناعي ويعاب على هذا التعريف عدم تضمينه للكثير من النشاطات التسويقية مثل التسعير، والترويج وتخطيط السلع الجديدة.

ما التعريف الحديث للتسويق فقد عرفته نفس الجمعية الامريكية للتسويق عام ١٩٩٥م بانه عملية تخطيط وتنفيذ التصور الكلي لتسعير وترويج وتوزيع الافكار والسلع والخدمات لخلق عملية التبادل التي تشبع حاجات الافراد والمنشآت ومن هذا التعريف نستنتج ان التسويق يعتبر عملية ادارية ويهدف الى تنفيذ عمليات التبادل لصالح الفرد والمنظمة والتسويق ايضا لا يقتصر على السلع والخدمات وانما يتعدى الى الافكار والمبادئ.

(1) www.almasigroup.net