

مقدمة

هذه الطبعة هي الطبعة الخامسة والعشرون من كتاب «إدارة التسويق»، وقد صدرت الطبعة الأولى من هذا المرجع في عام ١٩٧٥ م.

ويتناول هذا المرجع موضوع التسويق من وجهة نظر الإدارة المسئولة عن تخطيط وتنظيم وتوجيه أوجه النشاط التسويقية والإشراف عليها ورقابتها، كما يتناول المرجع دراسة لأنواع الرئيسية للسلع والخدمات وخصائصها التسويقية «منهج المنتجات» والأنواع الرئيسية للمنشآت التسويقية «منهج المنشآت» ووظائف التسويق، «المنهج الوظيفي» والمستهلك الأخير والمنظمة من حيث الاحتياجات والدوافع والانطباعات... إلخ. «المنهج السلوكي»، وتكلفة التسويق مع إعطاء أمثلة مقارنة كلما أمكن ذلك.

ويركز المرجع على فكرة التكامل بين أوجه النشاط التسويقية من ناحية وبين التسويق والوظائف الأخرى في المنظمة كالإنتاج والتمويل... إلخ. من ناحية أخرى، كما يركز المرجع أيضاً على اتخاذ القرارات التسويقية.

وقد أضيفت إلى هذه الطبعة بعض الموضوعات الحديثة مثل تسويق العلاقات، والبيئة التسويقية والعولمة وثورة المعلومات والإنترنت والتسويق الاستراتيجي ومراجعة أوجه النشاط التسويقية.

ويمكن لكل من رجال الإدارة بصفة عامة والتسويق بصفة خاصة في منظمات الأعمال والمنظمات الحكومية وطلاب الدراسات العليا في مجالات إدارة الأعمال، وأيضاً المتدربين في القطاعات المختلفة الاستفادة من هذا المرجع والاحتفاظ به في المكتبة.

وإننى لأرجو أن يحقق هذا المرجع الهدف المرجو منه وهو الفهم الكامل لوظيفة التسويق والأساليب الحديثة المطبقة فيه والاقتناع بأهميته .

والله الموفق ..

دكتور محمود صادق بازعة

٢٠٠٠