

المحاضرة رقم 2: وظيفة التسويق في المؤسسة

إدارة التسويق: وهي تلك الجهة المسؤولة عن تحقيق الانسجام، والتفاعل بين مجموع العمليات الخاصة بالتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، وعمليات تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك، وذلك من خلال اتخاذ القرارات التسويقية التي تحقق أهداف المؤسسة بكفاءة عالية، وتتضمن هذه الإدارة توحيد كل أنشطة المؤسسة (بما فيها الإنتاج والتمويل والبيع) في نظام عمل موحد.

مبررات وجود وظيفة التسويق بالمؤسسة:

- زيادة حجم المؤسسات؛
- الإنتاج الواسع؛
- المنافسة الشديدة مع تشابه المنتجات؛
- التطور التكنولوجي؛
- الدعاية والإشهار ووسائل التأثير على الآخرين.

أهمية وظيفة التسويق: تساعد وظيفة التسويق على بناء علاقات مع الجمهور، إشراك المستهلكين، توليد وتوفير الإيرادات.

وظائف إدارة التسويق: وتتمثل في :

- 1- التخطيط لعملية التسويق: من خلال وضع رسالة وغايات وأهداف محددة ورؤية استراتيجية لعملية التسويق، إعداد خطط وبرامج العمل والموازنة التقديرية للملحة التسويقية، وضع الأسس والمعايير لقياس كفاءة وفعالية نشاط التسويق.
- 2- تنظيم عملية التسويق: من خلال تحديد الأنشطة والمهام العامة والتفصيلية لعملية التسويق، تصميم الهيكل التنظيمي والاختصاصات التنظيمية لعملية التسويق، تحديد

مجالات ومستويات السلطات والصلاحيات لممارسة العمل واتخاذ القرارات المرتبطة بعملية التسويق، إعداد نظم وأدلة عمل التسويق.

3- توجيه عملية التسويق: من خلال تحديد أساليب ومسؤوليات الإشراف على أفراد التسويق ووضع أسس وأشكال تطبيق القيادة في توجيههم، إعداد نظم التحفيز في ممارسة عملية التسويق وتحديد أشكال وأدوات الاتصال لأداء عملية التسويق، التنسيق مع الأنشطة الأخرى والتأكد من تسيير الإجراءات مع العميل وتحقيق رغباته.

4- الرقابة على عملية التسويق: وذلك من خلال تحديد أنواع ومجالات وأساليب وأدوات المتابعة والرقابة على عملية التسويق، تحديد أدوات رصد وتسجيل وقياس عناصر عملية التسويق، تحديد قواعد وأسس عملية التصحيح والتقييم لعملية التسويق.

تنظيم وظيفة التسويق: لا يوجد تنظيم موحد وإنما هناك مجموعة من الاعتبارات التي تؤثر على اختيار الهيكل التنظيمي المناسب كالانتشار الجغرافي، تنوع عملاء المؤسسة، تنوع السلع والخدمات، احتياجات المؤسسة وحجم المؤسسة، ومقدار الميزانية المخصصة للإنفاق على التسويق.