**الإجابة النموذجية لمقياس التسويق الاستراتيجي...............ثالثة تسويق**

**اجب بدقة واختصار:**

يعتبر التسويق الاستراتيجي الموجه العام لإدارة التسويق، حيث يتم من خلاله التحليل البيئي للعوامل الداخلية والعوامل الخارجية من أجل صياغة استراتيجيات تسويقية تعتبر أداة لتنفيذ هذا التوجه، فقد نجحت الكثير من المؤسسات في تطبيق هذا البرنامج، في حين تعاني الكثير منها من مشكل في وضع مخطط عام للتسويق الاستراتيجي لنشاطها.

بناءا على ما سبق، وبصفتك كأحد المتخصصين في التسويق، قدم تصميم للبرنامج التسويقي كمقترح لهذه المؤسسات لتدعيم نشاطها الاستراتيجي، **مناقشا ما يلي:**

**1.تعريف التسويق الاستراتيجي:**

. التسويق الاستراتيجي هو:" خطة اللعبة التي سيستخدمها السوق في تحقيق أهداف العمل"-

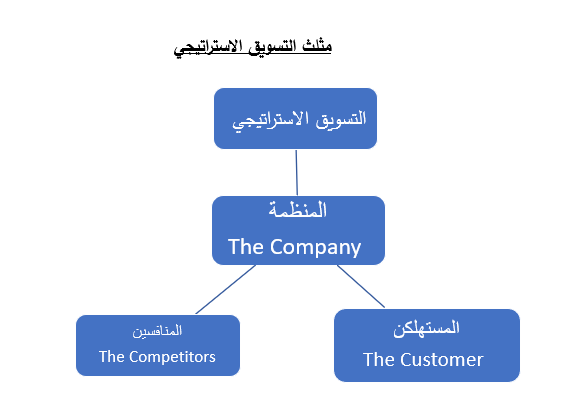
-التسويق الاستراتيجي هو:" إستراتيجية التسويق الشاملة للشركة في وضعها التنافسي في السوق. تتطلب صياغة استراتيجية تسويق شاملة تكامل جميع أبعاد جهد التسويق"

-يعرف فيليب كوتلر التسويق الاستراتيجي بانه:" النهج الأساسي الذي ستستخدمه وحدة الأعمال لتحقيق أهدافها والذي يتألف من قرارات تفصيلية (استراتيجيات) بشأن أكبر الأسواق وتحديد مواقع السوق والمزج وتخصيص نفقات التسويق. علاوة على ذلك، يجب أن يهتم المسوق بالجانبين الاستراتيجيين الآخرين، أي البيئة المتوقعة والظروف التنافسية أثناء تحديد استراتيجية التسويق ".

-يشير التسويق الاستراتيجي إلى خطة اللعبة الشاملة للأعمال للوصول إلى المستهلكين المحتملين وتحويلهم إلى عملاء لمنتجاتهم أو خدماتهم. تحتوي إستراتيجية التسويق على عرض القيمة للشركة، ورسائل العلامة التجارية الرئيسية ، وبيانات عن التركيبة السكانية للعميل المستهدف ، وعناصر أخرى عالية المستوى. تغطي إستراتيجية التسويق الشاملة "العناصر الأربعة" للتسويق - المنتج والسعر والمكان والترويج.

تم تحديد استراتيجية التسويق في خطة التسويق، وهي وثيقة توضح بالتفصيل الأنواع المحددة للأنشطة التسويقية التي تجريها الشركة وتحتوي على جداول زمنية لطرح مبادرات تسويقية مختلفة

-التسويق الاستراتيجي هو “فن تحليل الشركة والسوق لتحديد نقاط الضعف والقوة والتهديدات والفرص، وكذلك وضع خطط العمل اللازمة لتحقيق أهداف التسويق بطريقة مثالية.



**2.مراحل التسويق الاستراتيجي:**

- مرحلة التخطيط وتحديد الأهداف: الشرح

- مرحلة التحليل البيئي: الشرح

- مرحلة تحديد البدائل الاستراتيجية: الشرح

- مرحلة تطبيق البديل الاستراتيجي: الشرح

-مرحلة تقييم البديل الاستراتيجي: الشرح

**3.الاستراتيجيات التسويقية المقترحة:**

-استراتيجيات المزيج التسويقي.

-استراتيجيات استهداف التسويق.

**4.استخدام أدوات التحليل البيئي الاستراتيجي:**



الشرح مع دراسة حالة احدى الشركات



الشرح مع دراسة حالة احدى الشركات .

5.المخطط العام للبرنامج المقترح: المخطط المقترح يكون حسب الشركة محل الدراسة يبز العلاقة بين التسويق الاستراتيجي والبرنامج التسويقي ودوره في تحقيق رضا الزبون .