

الموضوع

دور التسويق في تحريك الركود البيعي

أسم الطالب

رغد عبدالرحمن باوزير

الرقم الجامعي

2021201853

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول- 2024

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

...الحمد لله الذي تتم بفضلُه الصالحات ... الحمد لله الذي سخر لنا هذا وما كنا له مالكون

...الحمد لله حمداً كثيراً على فضله وكرمه وبركته

فيطيب لي أولاً أن أتقدم بالشكر و الإمتنان للأستاذة "منى مصطفى" على قبولها

الإشراف على هذا العمل وعلى دعمها المتواصل، وتوجيهاتها السديدة وآرائها القيمة من أجل إثراء

هذا العمل

شكر و تقدير إلى كل من ساهم وساعدني على إتمام هذا العمل .

الإهداء

إلى عائلتي العزيزة .. ادام الله قريهم وعونهم لي

إلى صديقتي العزيزة

إلى زميلاتي "سارة & لما"

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على معرفة مدى مساهمة التسويق في التعزيز و التحفيز للمستهلكين وتم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى أن الهدف الرئيسي من التسويق هو معرفة حاجة المستهلك و العمل على اشباعه.

جدول المحتويات:

	صفحة الغلاف
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	المستخلص
	جدول المحتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
	المقدمة
	مشكلة البحث
	أهمية البحث
	أسئلة البحث
	أهداف البحث
	فرضيات البحث
	نموذج البحث
	منهجية البحث
	الدراسة الميدانية
	مخطط المشروع
	الدراسات السابقة والإطار النظري
	الملخص
	المراجع

قائمة الأشكال:

قائمة الجداول:

المقدمة:

يجلب الركود الإقتصادي نتيجة الأزمات المختلفة الخوف وعدم اليقين لكل من الشركات والمستهلكين، وخلال هذه الفترات تتجه الكثير من الشركات إلى خفض الإنفاق ومنها خفض المستهلكون ميزانية التسويق.

وعلى العكس في الأوقات التي تشهد الركود والأزمات تلجأ الشركات الناجحة لتطوير العمل بقسم التسويق وزيادة الميزانية المخصصة له، وتقوم باتباع استراتيجيات تسويقية جديدة وتفعيل أدوات تسويقية مختلفة تتناسب مع الظروف الاقتصادية التي يضع فيها المستهلكون أولويات أكثر صرامة ويقللون إنفاقهم.

يتفاجأ معظمنا عندما يعلم أن زيادة التسويق خلال فترة الركود يمكن أن تؤدي إلى النمو، فالشركات التي تواصل تسويق نفسها خلال فترة الركود تظل في طليعة أذهان المستهلكين، لذلك عندما يستعيد الأموال اللازمة لإنفاقها، فإنهم يتجهون غريزيًا نحو هذه العلامات التجارية، وعندما تواصل جهودك التسويقية على الرغم من الانكماش الاقتصادي، فإن الرسالة التي ترسلها إلى جمهورك هي رسالة القوة والقيادة والعقلية الكبيرة وكلها يبحث عنها المستهلكون في مثل هذه الأوقات المضطربة.

مشكلة البحث:

انحسار ثقة المستهلكين بالأعمال التجارية، مما يقلل من الطلب عليها، والذي يقود الشركات لعرض وظائف أقل، مؤدياً لتفاقم مشكلة البطالة.

إضافةً للضرر الحاصل للمؤسسات والشركات، وخاصةً الشركات الصغيرة، ويظهر هذا في انخفاض معدلات التدفق النقدي لها، وفقدان العملاء، والمستهلكين، وانخفاض الطلب على منتجاتها وخدماتها، إضافةً للانحدار الكبير في ميزانيتها، والذي يؤدي لتسريح العمال والموظفين.

أهمية البحث:

رفع الانفاق الحكومي لنقل البلاد من الركود الاقتصادي إلى حالة نمو أو تخفيض الفائدة لرفع نسبة الإستهلاك.

أسئلة البحث:

أهداف البحث:

فرضيات البحث:

نموذج البحث:

منهجية البحث:

الدراسة الميدانية:

مخطط المشروع:

الدراسات السابقة والإطار النظري:

الملخص:

المراجع:

<https://arabadvisorsmarketing.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%81%D9%89-%D8%A3%D9%88%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%83%D9%88%D8%AF-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A7/%D8%AA-%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84>

https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%A7_%D9%87%D9%88_%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%83%D9%88%D8%AF_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%8A

الملاحق: