



www.massira.jo

# التسويق الاستراتيجي

Strategic Marketing

الدكتورة

ردينة عثمان يوسف

الأستاذ الدكتور

محمود جاسم الصميدعي



رقم التصنيف : 658.8  
المؤلف ومن هو في حكمه : محمود جاسم الصميدعي / ردينة عثمان يوسف  
عنوان الكتاب : التسويق الاستراتيجي  
رقم الإيداع : 2010/8/3059  
الواصفات : التسويق / إدارة التسويق  
بيانات الناشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

#### حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان- الأردن  
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزئاً أو تسجيله على اشرطة  
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,  
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base  
or retrieval system , without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2011م - 1432هـ

الطبعة الثانية 2020م - 1441هـ

الطبعة الثالثة 2025م - 1446هـ



#### عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059  
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640  
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج : دائرة الانتاج

www.massira.jo

# التسويق الاستراتيجي

Strategic Marketing

الأستاذ الدكتور  
محمود جاسم الصميدعي

الدكتورة

ردينة عثمان يوسف



## الفهرس

المقدمة.....9

### الفصل الأول

#### مدخل في التسويق الاستراتيجي

المقدمة.....	13
أولاً: مفهوم التسويق الاستراتيجي وأبعاده.....	14
ثانياً: مجال التسويق الاستراتيجي.....	21
ثالثاً: مضامين التسويق الاستراتيجي.....	26
رابعاً: العوامل المؤثرة على اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي.....	31
خامساً: عناصر التسويق الاستراتيجي.....	33
سادساً: الاختلاف ما بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق.....	38
سابعاً: أسباب تنامي دور التسويق الاستراتيجي في الحاضر والمستقبل.....	42
مراجع الفصل الاول.....	44

### الفصل الثاني

#### إدارة التسويق الاستراتيجي

المقدمة.....	49
أولاً: مفهوم إدارة التسويق الاستراتيجي ووظائفها.....	50
ثانياً: التخطيط التسويقي.....	55
ثالثاً: التنظيم التسويقي.....	66

78.....	رابعاً: التوجيه التسويقي
84.....	خامساً: التنفيذ التسويقي
90.....	سادساً: الرقابة الاستراتيجية التسويقية
96.....	مراجع الفصل الثاني

## الفصل الثالث

### أسس التسويق الاستراتيجي

101.....	المقدمة
102.....	أولاً: جوهر عملية التسويق الاستراتيجي
111.....	ثانياً: أعمال المنظمة
115.....	ثالثاً: الرؤيا، المهمة، والأهداف
126.....	رابعاً: تحليل الفرص
130.....	خامساً: تحليل Swot ومصفوفة Tows
135.....	سادساً: صياغة إستراتيجية المنتج/ السوق
139.....	مراجع الفصل الثالث

## الفصل الرابع

### تخطيط التسويق الاستراتيجي

143.....	المقدمة
144.....	أولاً: الإدارة الاستراتيجية
155.....	ثانياً: التخطيط الاستراتيجي
168.....	ثالثاً: التخطيط الاستراتيجي للتسويق
179.....	رابعاً: تخطيط وتصميم محفظة الأعمال الاستراتيجية

182.....مراجع الفصل الرابع

## الفصل الخامس

### التحليل البيئية الاستراتيجي

187.....المقدمة

188.....أولاً: تحليل البيئية التسويقية

199.....ثانياً: أسس تحليل البيئية الإستراتيجي

204.....ثالثاً: أدوات التحليل البيئي

224.....مراجع الفصل الخامس

## الفصل السادس

### المنافسة والاستراتيجيات التنافسية

227.....المقدمة

228.....أولاً: المنافسة: المفهوم والأنواع

234.....ثانياً: المركز التنافسي / الوضع التنافسي

236.....ثالثاً: التحليل التنافسي

243.....رابعاً: الميزة التنافسية

248.....خامساً: الإستراتيجيات التنافسية

255.....مراجع الفصل السادس

## الفصل السابع

### إستراتيجيات المنظمة وإستراتيجيات التسويق

259.....المقدمة

260.....أولاً: الخيار الاستراتيجي / المفهوم والأبعاد

267.....	ثانياً: الإستراتيجيات العامة للمنظمة
273.....	ثالثاً: تصميم إستراتيجية التسويق
280.....	رابعاً: أنواع استراتيجيات التسويق
296.....	مراجع الفصل السابع

## الفصل الثامن

### إستراتيجيات المزيج التسويقي

299.....	المقدمة
300.....	أولاً: مدخل في المزيج التسويقي
304.....	ثانياً: إستراتيجيات المنتجات
317.....	ثالثاً: إستراتيجيات التسعير
327.....	رابعاً: إستراتيجيات التوزيع
337.....	خامساً: إستراتيجيات الترويج
343.....	مراجع الفصل الثامن

## الفصل التاسع

### خطة التسويق الاستراتيجي

347.....	المقدمة
348.....	أولاً: مقدمة عامة حول الخطط
352.....	ثانياً: أسس إعداد خطة التسويق الاستراتيجية
354.....	ثالثاً: مراحل تطوير خطة التسويق الاستراتيجية
357.....	رابعاً: الخطة الإستراتيجية لعناصر المزيج التسويقي
363.....	خامساً: الإطار العام لنموذج خطة التسويق الاستراتيجية
366.....	سادساً: بعض النماذج لخطط التسويق الاستراتيجية
376.....	مراجع الفصل التاسع