



تسويق الوقف



إعداد مركز أبحاث الوقف
بإشراف: د. إبراهيم بن محمد الحجى



Copyright ©2014 by Waqf Research Center
All rights reserved. This book or any portion thereof
may not be reproduced or used in any manner whatsoever
without the express written permission of the publisher
except for the use of brief quotations in a book review.
Printed in Kingdom of Saudi Arabia

First Printing, Feb 2014

Waqf LTD Publishing
Suite LP20778
Lower Ground Floor
145-157 St John Street
London EC1V 4PW.
Company Number: 8535826
www.Waqf.com



مفردات مادة تسويق الوقف

الحمد لله ...

الذي يسر لنا هذا المنهج المخصص لأكاديمية الوقف
وهو تسويق الوقف،
ويعتبر التسويق في وقتنا الحاضر أهم عناصر المنظومة إن لم يكن أهمها،
فإذا توفرت الجودة والمحتوى المناسب والفكرة الهادفة
يبقى التسويق هو التحدي الكبير

ولقد اعتمدنا في هذا المنهج إلى المراجع التالية
استراتيجية المحيط الأزرق للكاتب شان كيم،
وخطّة التسويق للكاتب كريس ما ريس
وكتاب ما هو التسويق للكاتب الفيس سيالك .

واستفدنا كثيراً مما تدرسه الجامعات العالمية وخاصة جامعة هارفرد
وتكساس بالإضافة إلى دراسة عشر جامعات أخرى
فأصبح بين يدينا الآن مفردات شاملة ومتكاملة في مادة التسويق
ونتطلع أن يتخرج الدارس من أكاديمية الوقف
وقد تعلم التسويق في المنظمة الوقفية،
وكيف يساهم التسويق في نجاح المؤسسة.
وتعلم استراتيجية الاستقرار المالي للمنظمات غير الربحية .

وأخيراً ينبغي للدارس أن يكون أدرك واثقن كيف يشيئ خطة تسويق
متكاملة للوقف .

د. إبراهيم بن محمد الحجري
المشرف على مركز أبحاث الوقف
وأكاديمية الوقف



تسويق الوقف

مفردات المنهج

العنوان	إدارة التسويق
رمز المادة	وقف - تسويق
ترتيب المادة	رئيسية
عدد الساعات المعتمدة	١٦ ساعة
المتطلبات الأساسية	لا يوجد
طريقة التدريس	تعليم عن بُعد
التقييم	٥٠% اختبار نهائي ١٠% حضور ١٥% أنشطة ٢٥% مشروع



تسويق الوقف

مفردات المنهج

<p>هذه المادة ستكون بمثابة استكشاف وبناء للمهارات العلمية اللازمة لتخريج مسوق بارع، فهي جزء لا يتجزء من فهم تسويق الوقف مع تقديم وجهات نظر مختلفة حول كيفية كتابة خطة لتسويق الوقف.</p>	<p>الهدف من هذه المادة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • مادة التسويق في المنظمة الوقفية، وكيف يساهم في نجاح المؤسسة. • الأختلاف بين التسويق الكلي والجزئي. • تعلم استراتيجية الربح لمنظمة غير هادفة الربح. • المشاركة في عملية التنمية والتخطيط لاستراتيجية التسويق. • العناصر المؤثرة في سلوك المستهلك. • كيف يصنع المسوقين قنوات اتصال فعالة. • الدور المتكامل لاتصالات تسويق الوقف و العناصر التي تعتبر عناصر ترويجية الامر الذي يجعل استراتيجية التسويق أمر بالغ الأهمية لرضا العملاء وتحقيق الأرباح. 	<p>مخرجات التعليم</p>



تسويق الوقف

مفردات المنهج

الموضوع	تفاصيل	ساعات المحاضرة (لكل جلسة)	ساعات التعلم الذاتي (أسبوعياً)
الموضوع ١	<ul style="list-style-type: none"> • أسس إدارة التسويق • إدارة علاقات العملاء 	٢ ساعة	١٠ ساعات
الموضوع ٢	<ul style="list-style-type: none"> • تحليل البيئة وبحث السوق • المحفظة المالية والتحليل الرباعي 	٢ ساعة	١٠ ساعات
الموضوع ٣	<ul style="list-style-type: none"> • أسواق العمل و سلوك المشتري • تطوير استراتيجية التسويق • استراتيجية التسعير المعتمدة على القيمة الاقتصادية وفقاً للعميل • استراتيجية التسويق الشاملة على تقسيم القطاعات والاستهداف وتحديد المواقع ومد رسة الأعمال التجارية العالمية • مد رسة الأعمال التجارية العالمية، والمسؤولية الاجتماعية و التسويق • استراتيجية سلسلة التوريد و والاتصالات التسويقية المتكاملة 	٢ ساعة	١٠ ساعات



تسويق الوقف

مفردات المنهج

الموضوع ٤	<ul style="list-style-type: none"> • العلامة التجارية • استراتيجيات المنتج و الماركة • التجزئة والاستهداف 	٢ ساعة	١٠ ساعات
الموضوع ٥	<ul style="list-style-type: none"> • تحديد المواقع والمفاضلة بينها • تنفيذ خطة التسويق وادارتها. 	٢ ساعة	١٠ ساعات
الموضوع ٦	<ul style="list-style-type: none"> • الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية. • تسويق الخدمات 	٢ ساعة	١٠ ساعات
الموضوع ٧	<ul style="list-style-type: none"> • التجزئة و البيع بالجملة . • إدارة قوة المبيعات. 	٢ ساعة	١٠ ساعات
الموضوع ٨	<ul style="list-style-type: none"> • مدخل السوق العالمي • العلامة التجارية العالمية 	٢ ساعة	١٠ ساعات



