

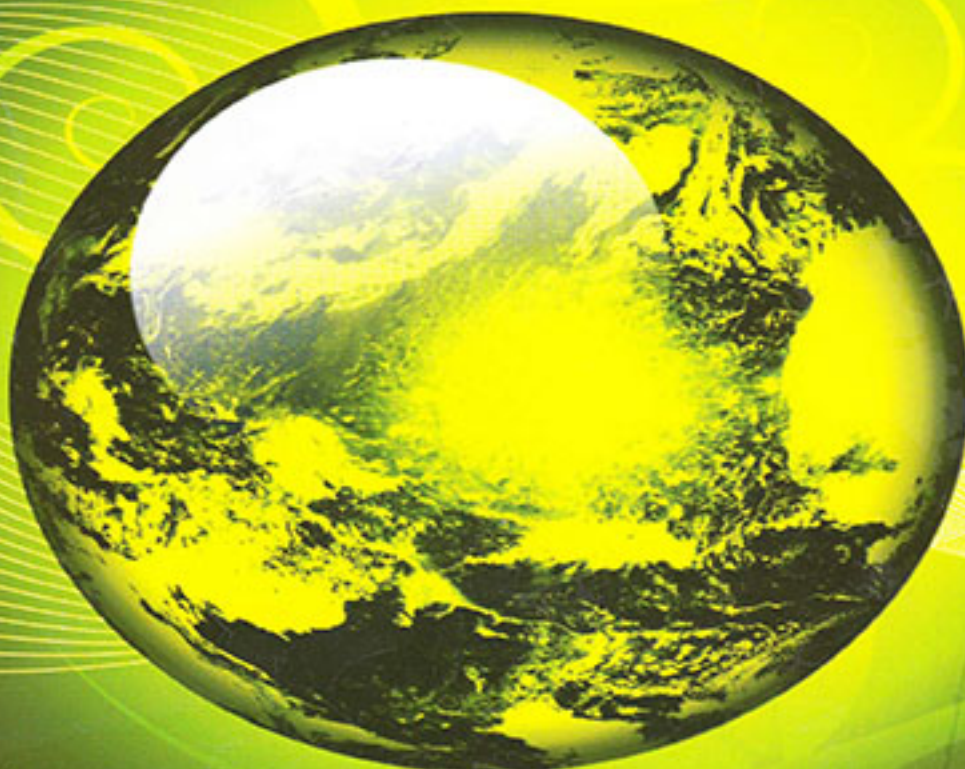
التسويق الاجتماعي الأخضر والبيئي

الأستاذ الدكتور

محمد إبراهيم عبيدات

أستاذ التسويق - قسم التسويق - كلية إدارة الأعمال

الجامعة الأردنية



الطبعة الأولى

2011

المحتويات

الصفحة

الموضوع

الفصل الأول

طبيعة التغيير الاجتماعي ودوره في تغيير السلوك

- 15 مقدمة -
- 16 أهمية الحملات الاجتماعية -
- 17 أهداف الحملات الاجتماعية -
- 18 أسباب ظهور الحملات الاجتماعية -
- 20 نطاق التغيير الاجتماعي -
- 20 أسباب فشل الحملات الاجتماعية -
- 22 اعتبارات أساسية لإنجاح عملية التغيير الاجتماعي -
- 24 التغيير الاجتماعي وعلاقته بالتسويق الاجتماعي -
- 26 أسئلة للمناقشة -
- 27 حالة عملية -

الفصل الثاني

التسويق الاجتماعي كاستراتيجية للتغيير الاجتماعي

- 55 مقدمة -
- 56 التطور التاريخ لمفهوم التسويق الاجتماعي -
- 57 تعريف التسويق الاجتماعي -
- 58 تعريف التسويق الاجتماعي والتسويق التجاري -
- 59 اعتبارات أساسية لإنجاح حملات التسويق الاجتماعي -
- 61 نطاق التسويق الاجتماعي -
- 62 طبيعة التسويق الاجتماعي والتسويق التجاري -

64	- مفاهيم وإجراءات أساسية للتسويق الاجتماعي
68	- عناصر مزيج التسويق الاجتماعي
74	- مسؤوليات التسويق الاجتماعي
77	- علاقة التسويق الاجتماعي بالعلوم الأخرى
79	- أخلاقيات التسويق الاجتماعي
82	- أسئلة للمناقشة

الفصل الثالث

بحوث واستراتيجيات التسويق الاجتماعي

85	- مقدمة
86	- أهمية المعلومات والبيانات الثانوية للتسويق الاجتماعي
87	- أهمية المعلومات والبيانات الأولية للتسويق الاجتماعي
91	- مجالات بحوث التسويق الاجتماعي
94	- أهمية نتائج البحوث والدراسات في تصميم استراتيجيات السلع والخدمات
95	- البحوث والدراسات المرتبطة باتجاهات الأفراد والأسر المستهدفة
96	- استراتيجية الإحلال في برامج التسويق الاجتماعي
97	- استراتيجيات التسويق الاجتماعي
99	- البحوث الكمية والبحوث النوعية
105	- أسئلة للمناقشة
106	- حالة عملية

الفصل الرابع

استراتيجيات المزيج التسويقي الاجتماعي

111	- مقدمة
112	- استراتيجية المنتجات الاجتماعية

- 112 -الأفكار والمفاهيم
- 113 -الخدمات والممارسات
- 113 -السلع الملموسة
- 114 -استراتيجية قنوات التوزيع للمنتجات الاجتماعية
- 114 -عوامل اختيار قنوات التوزيع للمنتجات وأساليب ونوافذ التوزيع للمنتجات الاجتماعية
- 117 -مستقبل منافذ التوزيع للمنتجات الاجتماعية
- 119 -إستراتيجية تسعير المنتجات الاجتماعية
- 119 -طبيعة تسعير المنتجات الاجتماعية
- 120 -أهداف تسعير المنتجات الاجتماعية
- 121 -سياسات تسعير المنتجات الاجتماعية
- 123 -إستراتيجية ترويج المنتجات الاجتماعية
- 123 -أهمية ودور الترويج للمنتجات الاجتماعية
- 124 -أهداف ترويج المنتجات الاجتماعية
- 125 -وسائل ترويج المنتجات الاجتماعية
- 128 -أسئلة للمناقشة

الفصل الخامس

إدارة برامج التسويق الاجتماعي

- 131 -مقدمة
- 132 -تخطيط البرامج الخاصة بالتسويق الاجتماعي
- 134 -تنظيم البرامج الخاصة بالتسويق الاجتماعي
- 137 -إدارة البرامج الخاصة بالتسويق الاجتماعي

- 139 -تنفيذ ومتابعة البرامج الخاصة بالتسويق الاجتماعي
- 140 -تصحيح الانحرافات ووضع المعايير العامة
- 145 -أسئلة للمناقشة

الفصل السادس

دور التسويق الاجتماعي في القطاع الزراعي

- 149 -مقدمة
- 150 -أهمية التسويق الاجتماعي في القطاع الزراعي
- 151 -أهداف التسويق الاجتماعي في القطاع الزراعي
- 153 -مواصفات المنتجات الزراعية حسب المفهوم الاجتماعي للتسويق
- 155 -دور التعاونيات في دعم مفهوم التسويق الاجتماعي
- 158 -أسئلة للمناقشة

الفصل السابع

دور التسويق الاجتماعي في الصناعة

- 161 -مقدمة
- 162 -تطور المسؤولية الاجتماعية في القطاع الصناعي
- 164 -دور البحوث والدراسات في دعم البعد الاجتماعي للتسويق الصناعي
- -تدريب الإدارات التسويقية الصناعية حول آليات ومفهوم التسويق الاجتماعي
- 165 -علاقة التسويق الاجتماعي بعناصر المزيج التسويقي الصناعي
- 166 -علاقة مؤسسات المجتمع المدني بالمؤسسات الصناعية
- 168 -أسئلة للمناقشة
- 171

الفصل الثامن

التسويق الاجتماعي في قطاع السياحة

175	مقدمة
176	أهمية التسويق الاجتماعي في تخطيط المنتجات والخدمات السياحية
178	أهمية التسويق الاجتماعي في تسعير المنتجات السياحية
179	أهمية التسويق الاجتماعي في توزيع المنتجات السياحية
180	أهمية التسويق الاجتماعي في ترويج المنتجات السياحية
183	اسئلة للمناقشة

الفصل التاسع

التسويق الاجتماعي في قطاع الخدمات

187	مقدمة
188	خصائص الخدمات والتسويق الاجتماعي
190	دور التسويق الاجتماعي في تصميم استراتيجيات الخدمات
191	دور التسويق في وضع استراتيجيات تسعير الخدمات
192	دور التسويق في وضع استراتيجيات توزيع الخدمات
193	دور التسويق في وضع استراتيجيات ترويج الخدمات
195	اسئلة للمناقشة
197	حالة دراسية

الفصل العاشر

دور المنظمات غير الحكومية في مجال التسويق الاجتماعي

207	مقدمة
208	جمعيات حماية البيئة والتسويق الاجتماعي

الموضوع	الصفحة
- دور جمعيات حماية البيئة في اظهار المشاكل ومعالجتها.....	211
- دور جمعيات حماية البيئة في توزيع المنتجات الاجتماعية وترويجها....	212
- حركة حماية المستهلك التسويق الاجتماعي	218
- التطور التاريخي لحركة حماية المستهلك	219
- حقوق المستهلك وواجباته	224
- مستقبل التسويق الاجتماعي في ظل اقتصاد السوق	237
- أسئلة للمناقشة	246
- حالة عملية	248
- الملاحق والمراجع	273