

Social Marketing (2109447)	التسويق الاجتماعي 2109447 المتطلب السابق إدارة التسويق 2109210
<p>This course focuses mainly on the social responsibility of today's organization. This concern of the social responsibility is taken under the premise that environmental, political and legal forces shape marketing strategies in a way that avoid/or reduce conflicts between the organization and its environment. The content of the course includes the hiring of minorities and the reduction of pollution in all of its forms as well as producing goods and providing services in an acceptable level in terms of safety and satisfaction of customer's needs to reach cohesive and comprehensive society welfare, and mentioning the role of consumerism and other institutions concerned with customers rights. (Prerequisite: Marketing Management 2109210).</p>	<p>تهدف هذه المادة إلى تقديم الطالب إلى البعد الاجتماعي في التسويق بالتركيز على المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال ، وتقوم فلسفة هذه المادة على الاعتقاد بأن المشاكل البيئية والقوى السياسية والقانونية هي الوجه الأساسي للاستراتيجيات التسويقية . وتحتوي المادة على مواضيع مختلفة تعالج التعامل مع القضايا البيئية الطبيعية والاجتماعية كالطاقة والمصادر الطبيعية المختلفة ، والتلوث وتوظيف الأقليات وتطوير البيئة الاجتماعية ، وإنتاج السلع والخدمات بالحد الأدنى من الأمان والاحتياجات المشتري أو المستهلك والمتفقة مع توقعاته من حيث السعر والمواصفات ، وذلك لهدف الوصول إلى معادلة متوازنة تحقق مصالح جميع الأطراف في العملية التسويقية، كما يتم تقديم الطالب إلى مفهوم حماية المستهلك وبعض الجمعيات المتخصصة بحماية المستهلك.</p>