

مفردات مادة (ادارة التسويق) للفصل الدراسي الاول 2019-2020

الاسبوع	عنوان المفردة الرئيسية	التفاصيل
الاول	مدخل في التسويق	تعريف التسويق- ماذا نسوق- مفهوم التسويق- التوجهات الفلسفية لتطور مفهوم التسويق- المسؤولية الاجتماعية- اهمية التسويق للمنظمة
الثاني	ادارة التسويق	تعريف ادارة التسويق- عمليات ادارة التسويق- علاقة ادارة التسويق بالادارات الاخرى- واجبات ادارة التسويق- ادارة التسويق والاخلاقيات- التسويق المستدام
الثالث	استراتيجيات التسويق	تعريف الاستراتيجية- استراتيجيات التسويق- التخطيط الاستراتيجي التسويقي- مصفوفة النمو السوق-المنتج
الرابع	تجزئة السوق	مفهوم تجزئة السوق- السوق المستهدف- متطلبات تجزئة السوق- فوائد تجزئة السوق- المزيج التسويقي وعملية تجزئة السوق- استراتيجيات المزيج التسويقي والسوق المستهدف
الخامس	البيئة التسويقية	مفهوم البيئة التسويقية- مبررات دراسة البيئة التسويقية- البيئة الجزئية الخاصة- البيئة الكلية العامة
السادس	اسواق المستهلك	مفهوم سوق المستهلك- نموذج سلوك المستهلك- الخصائص المؤثرة في سلوك المستهلك- خطوات عملية اتخاذ قرار الشراء للمستهلك- قرار شراء المنتجات الجديدة-دوافع الشراء للمستهلك- حقوق المستهلك
السابع	اسواق المنظمات	مفهوم سوق المنظمات- المؤثرات الرئيسية في المنظمات المشتريّة- خطوات اتخاذ قرار الشراء للمنظمات- دوافع الشراء للمنظمات- عادات الشراء للمنظمات
الثامن	المنتج	معنى المنتج- خط المنتج ومزيج المنتج- المنتج الجديد- خطوات تطوير المنتج الجديد- دورة حياة المنتج- مراحل دورة حياة المنتج- اسباب فشل المنتج الجديد بالسوق- التخلف
التاسع	الخدمات	تعريف الخدمات- خصائص الخدمات- المزيج التسويقي للخدمات- النوعية في الخدمات- ابعاد نوعية الخدمات- التلف الصفري في الخدمات- الاختلاف التسويقي للخدمات عما هو عليه في السلع
العاشر	الاتصالات التسويقية	مفهوم الاتصالات التسويقية- عناصر عملية الاتصالات التسويقية- اهداف الاتصالات التسويقية- المزيج الترويجي- استراتيجية الاتصالات التسويقية- العوامل المؤثرة في المزيج الترويجي- ميزانية الترويج
الحادي عشر	التسعير	مفهوم السعر- اهمية السعر- منظور البائع والمشتري للسعر- اهداف التسعير- العوامل المؤثرة في القرارات السعرية- طرق التسعير
الثاني عشر	القنوات التسويقية	مفهوم وتعريف القناة التسويقية- اهمية القناة- القيمة المضافة للقناة- المنافذ التسويقية لسلع المستهلك- المنافذ التسويقية لسلع الاعمال- منافذ تسويق الخدمات- هيكلية القناة التسويقية- السلوك في القناة التسويقية- العوامل المؤثرة في اختيار القناة التسويقية
الثالث عشر	ادارة المبيعات	مفهوم وظيفة المبيعات- التخطيط والتنبؤ بالمبيعات- هيكلية القوى البيعية- مصادر الحصول على مندوبي المبيعات- تقييم اداء مندوبي المبيعات- مكافأة مندوبي المبيعات
الرابع عشر	ادارة الشراء	مفهوم وظيفة الشراء- اهداف ادارة الشراء- تنظيم ادارة الشراء- المركزية واللامركزية في الشراء- اساسيات الشراء
الخامس عشر	التسويق الدولي	مفهوم التسويق الدولي- اهمية التسويق الدولي- الدخول للاسواق الدولية- القوى البيئية في الاسواق الدولية

كتاب ادارة التسويق لمؤلفه ثامر البكري الطبعة السادسة 2020