

مقياس: التسويق

العناصر التفصيلية	محاوير المقياس
<ul style="list-style-type: none">- مصطلحات أساسية: الحاجة، الرغبة، الطلب، السوق، المنتج، التبادل.- تعريفات التسويق: تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق، ستانتون، كوتلر...- خصائص التسويق.- تطور المفهوم التسويقي: التوجه الإنتاجي، التوجه السلعي، التوجه البيعي، التوجه التسويقي، التوجه الاجتماعي.- التصور التقليدي والتصور الحديث للتسويق (مع الإشارة لأهمية التسويق وتعاظم هذه الأهمية في المؤسسة).- سيبرورة التسويق: تسويق الدراسة، التسويق الاستراتيجي (تجزئة، استهداف السوق والتموقع)، التسويق العملي.	الفصل الأول: طبيعة التسويق وأهميته.
<ul style="list-style-type: none">- ماهية المحيط، أنواعه- البيئة التسويقية الجزئية.- البيئة التسويقية الكلية (شرح طريقة PESTEL).	الفصل الثاني: المحيط والسوق.
<ul style="list-style-type: none">- دراسة عوامل الاستهلاك ودراسة دوافع الاستهلاك.- خطوات عملية الشراء لدى المشتري النهائي ولدى المشتري الصناعي.- العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك (الثقافة، الطبقات الاجتماعية، الجماعات المرجعية...).- عملية تبني منتج جديد في السوق.	الفصل الثالث: سلوك المستهلك.
<ul style="list-style-type: none">- تعريف تجزئة السوق، قطاع السوق، المعيار.- اختيار معيار أو معايير التجزئة.- كيف نجزأ السوق، وأهم استراتيجيات الاستهداف (ciblage) وأهم المعايير المستخدمة في التجزئة.	الفصل الرابع: تجزئة السوق.
<ul style="list-style-type: none">- المنتج: تعريف، مستوياته، التصنيف، التشكيلة، دورة حياة المنتج، العلامة، الغلاف، الضمان، خدمات ما بعد البيع.- السعر: تحديد السعر، استراتيجيات التسعير- الاتصال التسويقي: تعريف، الإعلان، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، التسويق المباشر.- التوزيع: تعريف، وظائف التوزيع، قنوات التوزيع، العوامل التي تحدد طريقة التوزيع.- عناصر المزيج التسويقي الموسع (الأفراد، الدليل المادي، العمليات).	الفصل الخامس: المزيج التسويقي.
<ul style="list-style-type: none">- تسويق السلع ذات الاستهلاك الواسع، - التسويق الصناعي، - تسويق الخدمات، - التسويق الاجتماعي، - التسويق الدولي.	الفصل السادس: أنواع التسويق.

طباعة الأعمال الموجهة الخاصة بطلبة السنة الثانية علوم التسيير (الفوج: 02)

الرقم	الاسم واللقب	عنوان العرض	الكتاب	تلخيص الفصل	
01	بن حفناوي نور الهدى	تطور مفهوم التسويق (تعريفات التسويق، مراحل تطور المفهوم التسويقي، أهمية التسويق)	رقم: 01	الفصل الثاني: تجزئة السوق (33-48)	
	بن بوزيد سرين	2020-02-11		الفصل الثالث: سلوك المستهلك (49-76)	
02	بن عزوز راضية غزلان	البيئة التسويقية (مفهوم السوق، أنواع السوق، مكونات البيئة التسويقية الجزئية والكلية)		رقم: 01	الفصل الرابع: إستراتيجية التسويق (77-98)
	يعقوب شريفة	2020-02-18		الفصل الخامس: المنتجات (99-188)	
03	بن جلول ريمة	دراسة سلوك الشراء (أنواع الشراء، عملية الشراء، العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في سلوك الشراء)		رقم: 01	الفصل التاسع: تسويق الخدمات (189-202)
	بلحاج زينب	2020-02-25		الفصل العاشر: التسويق الرقمي (203-246)	
04	تبينة وردة	التجزئة والاستهداف (التجزئة، الأهداف، أسس أو معايير التجزئة، شروط اختيار معيار التجزئة، استراتيجيات الاستهداف)		رقم: 01	الفصل الحادي عشر: التسويق الدولي (247-262)
	بن سالم فاطمة الزهراء	2020-03-03		الفصل الثاني عشر: الرقابة التسويقية (263-281)	
05	بن سهلة شهرة	دراسة السوق (أهداف، كيف تتم دراسة السوق، طبيعة المعلومات عن السوق ومصادرها، الدراسة الكمية، الكيفية والوثائقية)		رقم: 03	الفصل السادس: البيع الشخصي (205-221)
	بن عيشي سماح	2020-03-10			الفصل السابع: الإعلان (225-246)
06	بن عبد الله أماني	العلامة التجارية (مفهوم العلامة ومكوناتها، خصائصها، وظائفها، أنواعها وأهم سياساتها)	رقم: 03		الفصل الثامن: تنشيط المبيعات (249-271)
	بلهادي أميرة	2020-03-17	الفصل التاسع: العلاقات العامة (275-294)		
07	بن جحيش كمال	التصميم والتغليف (مفهوم التصميم ومجالاته، دوره، مكوناته، مفهوم التغليف ودوره، مستوياته، مكوناته، استراتيجيات التغليف)	رقم: 03		الفصل العاشر: النشر التجاري (303-315)
	عياشي جلال	2020-04-07	الفصل الحادي عشر: التسويق المباشر (319-335)		

المراجع المقترحة: (متاحة على الفضاء الإلكتروني للأستاذ).

- 1- هالة محمد لبيب عنية وآخرون (2017): التسويق: المبادئ والتطورات الحديثة، كلية التجارة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 2- زكريا أحمد عزام وآخرون (2009): مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية.
- 3- علي فلاح الزعبي (2010): الاتصالات التسويقية: مدخل منهجي تطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.
- 4- كاترين فيو (2008): التسويق الإلكتروني، ترجمة: وردية واشد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى.

طبيعة الأعمال الموجهة الخاصة بطلبة السنة الثانية علوم التسيير (الفوج: 02)

الرقم	الاسم واللقب	عنوان العرض	الكتاب	تلخيص الفصل
08	بن جدو أشرف الدين	سياسات التسعير (طرق تحديد السعر، مختلف استراتيجيات التسعير، سياسة إدارة العائد Le Yield Management) 20220-04-14	رقم: 02	الوحدة الثانية: البيئة التسويقية (67-88)
	مبروكي حمزة	الإعلان (تعريف، أنواع، الأهداف، خطوات والوسائل، اختبارات الرسالة الإخبارية) 2020-04-21		الوحدة الثالثة: تجزئة السوق (97-118)
09	بن حمزة حسينة	التسويق المباشر (تعريف، أهدافه، متطلباته واستراتيجياته) 2020-04-28		الوحدة الرابعة: سلوك المستهلك (127-146)
	كبسي سهام	إدارة العلاقة مع الزبون (مفهوم الزبون، أنواعه، أهداف ووسائل التسويق العلاقتي وقنواته) 2020-05-05		الوحدة الخامسة: المعلومات والبحوث التسويقية (155-168)
10	عقون إيمان	التسويق الإلكتروني (مفهومه، متطلباته، مراحل، مجالاته والتحديات) 2020-05-12		الوحدة السادسة: سياسات وقرارات السلع (175-214)
	تباني فطيمة	تسويق الخدمات (تعريف الخدمة، أنواعها، خصائصها ومميزاتها، المزيج التسويقي للخدمات 7Ps)		الوحدة السابعة: تطوير المنتجات الجديدة (227-249)
11	بن شيحة هديل	التسويق الدولي (مفهومه، مجالاته، المزيج التسويقي الدولي)		الوحدة الثامنة: تسويق الخدمات (259-271)
	بعة سوسن			الوحدة التاسعة: التسعير (277-299)
12	بن زطة شيماء			الوحدة العاشرة: التوزيع (309-341)
				الوحدة الحادية عشر: الترويج (348-417)
13				الوحدة الثانية عشر: التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية (427-444)
				الفصل الثاني: نظرة شاملة عن التجارة الإلكترونية (15-38)
14				الفصل الثالث: السلوك الاستهلاكي عبر الانترنت (39-63)
				الفصل الخامس: الثقة بموقع تجارة إلكتروني والولاء له (77-99)
15				الفصل السابع: الوظائف التسويقية لموقع انترنت (123-148)
			الفصل الثامن: المنتج: مفهوم الموقع والتشكيلة (149-183)	

المراجع المقترحة: (متاحة على الفضاء الإلكتروني للأستاذ).

- 1- هالة محمد لبيب عنبة وآخرون (2017): التسويق: المبادئ والتطورات الحديثة، كلية التجارة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- 2- زكريا أحمد عزام وآخرون (2009): مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية.
- 3- علي فلاح الزعبي (2010): الاتصالات التسويقية: مدخل منهجي تطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.
- 4- كاترين فيو (2008): التسويق الإلكتروني، ترجمة: وردية واشد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى.