**كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية**

**فريق ميدان التكوين**

**الشعبة**: **علوم تجارية.**  **التخصص: علوم تجارية**

**الأستاذ: كميليا يزغش المقياس: تسيير المؤسسة**

**السنة : الثانية ليسانس السداسي : الرابع (04)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس** | | |
| **الأسابيع** | **محاور البرنامج (الفصول)** | **المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)** |
| من الأسبوع 01 إلى الأسبوع.2. | **مدخل إلى التسويق** | -**1المفهوم الضيق للتسويق**  **2- المفهوم الشامل للتسويق**  **3- خصائص التسويق**  **4- مراحل تطور الفكر التسويقي** |
| من الأسبوع 3 إلى الأسبوع.4 | **محيط القرارات التسويقية** | 1. **الطريقة التسويقية و العناصر البيئية المؤثرة على استراتيجية المؤسسة** 2. **مكونات البيئة الداخلية** 3. **مكونات البيئة الخارجية** |
| من الأسبوع 4 إلى الأسبوع5 | نظام المعلومات التسويقية | 1. **تعريف** نظام المعلومات التسويقية 2. **مكونات** نظام المعلومات التسويقية 3. الحاجة إلى نظام للمعلومات التسويقية 4. مجالات بحوث التسويق |
| من الأسبوع 6 إلى الأسبوع.7 | **تجزئة السوق** | 1. **مفهوم السوق** 2. **مفهوم التجزئة السوقية** 3. **فوائد تجزئة السوق** 4. **أساليب تقسيم السوق** 5. **معايير تقسييم السوق واختيار الاسواق** |
| الأسبوع 8 | **سلوك المستهلك** | 1. **تعريف سلوك المستهلك** 2. **أنواع المستهلكين** 3. **العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك** |
| الأسبوع 9 | **المزيج التسويقي: سياسة المنتوج** | 1. **تعريف وانواع المنتج** 2. **دورة حياة المنتج** 3. **المزيج السلعي** 4. **سياسة(تمييز) المنتوج: العلامة، التغليف، الضمان وخدمات مابعد البيع،** |
| الأسبوع 10 | **المزيج التسويقي: سياسة التسعير** | 1. **.مفهوم السعر وأهميته** 2. **طرق تحديد السعر** 3. **الدور الاستراتيجي للسعر** 4. **استراتيجبات التسعير** 5. **مراحل اعداد وتحديد استراتيجية السعر** |
| الأسبوع 11 | **المزيج التسويقي: سياسة الترويج** | 1. **مفهوم العملية الترويجية** 2. **الاهداف المحتملة لنشاط الترويج** 3. **أهمية الترويج** 4. **المجموعات الترويجية المستهدفة** 5. **العروض الترويجية** 6. **استراتيجيات الترويج والعوامل المؤثرة فيها.** |
| الأسبوع 12 | **المزيج التسويقي: سياسة التوزيع** | 1. **تعريف القنوات التوزيعية واهميتها وأهداف عملية التوزيع** 2. **طرق التوزيع** 3. **استراتيجبات التوزيع** |

**ملاحظات:**

**بعد الانتهاء من الدروس في الوقت المحدد والظروف الطبيعية ، يتم اضافة محاضرة أخرى .**

**كما أن المحاور الأساسية يتم التوسع فيها في البحوث في الأعمال الموجهة.**