

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فريق ميدان التكوين

التخصص: تسويق

الشعبة: علوم تجارية

المقياس: إنجليزية
السداسي: الخامس

الأستاذ: بن عبيد فريد
السنة: الثالثة ليسانس

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس

المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)	محاور البرنامج (الفصول)	الأسابيع*
1- Definition and Types of Markets 2- Determinants of the form of the market 3- Perfect Markets	Chapter 01: Market	الأسبوع 01
1- Definition of Marketing 2- Manufacturer – Wholesaler – Retailer - Customer	Chapter 02: Marketing	الأسبوع 02
1- The Four Ps 2- Three more Ps	Chapter 03: The four Ps and beyond	الأسبوع 03
1- The Four Cs 2- Customer Expectations 3- Customer Dissatisfaction	Chapter 04: Customer Satisfaction	الأسبوع 04
1- Market Intelligent and Market Research 2- Research Stages 3- Marketing Plans	Chapter 05: Customers 1	الأسبوع 05
1-Segmentation 2- Customer Groups 3- New Technologies, new Concerns	Chapter 06: Customers 2	الأسبوع 06
1- Data and Databases 2- Customer Relationship Management	Chapter 07: Customers 3	الأسبوع 07
1- Brand Equity 2- Brand Positioning and differentiation 3- Brand Stretching	Chapter 08: Brands and branding	الأسبوع 08

1- Steps abroad1 2- Steps abroad2 3- Think Global, act local	Chapter 09: Global brands	الأسبوع 09
1- Broadband Internet 2- Mobile Internet 3- Moore's Law	Chapter 10: Accessing the internet	الأسبوع 10
1- Downloading 2- Copyright Infringement 3- Digital rights Management	Chapter 11: Intellectual Property	الأسبوع 11

المراجع المعتمدة في المقياس:

1- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. Marketing Management. 14 th edition. Pearson.2012

2-Bill Mascull. Business Vocabulary in use. Third edition. Cambridge University Press.2017

أسلوب التقييم في المقياس:

إمتحان