

أساسيات التسعير في التسويق المعاصر

مدخل سلوكي

الأستاذ الدكتور
محمد إبراهيم عبيدات

استاذ التسويق - قسم التسويق
كلية الأعمال - الجامعة الأردنية



محتويات الكتاب

- 13.....مقدمة
- الفصل الأول
- مقدمة في التسعير
- 17.....تمهيد -
- 18..... دور التسعير في المزيج التسويقي -
- 19..... تعريف التسعير -
- 20..... مراحل تحديد السعر -
- 20..... 1- أهداف التسعير -
- 24..... 2- دراسة الأسواق المستهدفة -
- 25..... 3- الطلب وجداوله وتقلباته -
- 27..... 4- تحليل الطلب والتكلفة والربح المتحقق -
- 33..... أنواع التسعير -
- 38..... اختيار طريقة التسعير -
- 38..... أولاً: التسعير حسب التكلفة -
- 39..... ثانياً: التسعير حسب الطلب -
- 39..... ثالثاً: التسعير حسب المنافسة -
- 40..... اختيار السعر النهائي -
- 40..... أنواع الخصم -
- 41..... سياسة التمييز سعري -

- 42..... - مسؤولية التسعير
- 44..... - أسئلة للمناقشة
- 46..... - المراجع

الفصل الثاني

تأثير البيئة الاقتصادية في عملية التسعير

- 49..... - تمهيد
- 49..... 1- التسعير في ظل الاحتكار
- 52..... 2- التسعير في ظل احتكار القلة
- 55..... 3- الحرب السعرية
- 57..... 1- سوق المنافسة الاحتكارية
- 58..... 2- سوق المنافسة الكاملة
- 60..... - تأثير التشريعات والقوانين على عملية التسعير
- 61..... - تأثير القدرات الشرائية على عملية تسعير السلع الأساسية
- 61..... - تخفيض أو إنقاص السعر
- 64..... - أسئلة للمناقشة
- 66..... - المراجع

الفصل الثالث

التسعير حسب الدورة الاقتصادية ودورة حياة السلعة

- 69..... - تمهيد
- 69..... - التسعير حسب الدورة الاقتصادية
- 70..... 1- التسعير في مرحلة الانتعاش الاقتصادي
- 71..... 2- التسعير في مرحلة الكساد الاقتصادي

- التسعير حسب دورة حياة المنتج 73
- 1- تسعير المنتج الجديد 73
- 2- تسعير المنتج في (مرحلة النمو) 75
- 3- تسعير المنتج في (مرحلة النضج) 75
- 4- تسعير المنتج في (مرحلة الإنحدار) 76
- أسئلة للمناقشة 77
- المراجع 78

الفصل الرابع

تسعير سلع المستهلك النهائي والصناعي والخدمات (الاعتبارات والمتطلبات)

- تمهيد 81
- اعتبارات أساسية لتسعير سلع المستهلك النهائي 81
- اعتبارات أساسية لتسعير السلع الصناعية 84
- طرق تسعير السلع الصناعية 100
- اعتبارات أساسية لتسعير الخدمات 102
- أسئلة للمناقشة 109
- المراجع 110

الفصل الخامس

التسعير الدولي

- تمهيد 113
- المبادئ العامة للتسويق الدولي والتسعير 114
- المزيج التسويقي الدولي والتسعير 115

- تكاليف التصدير للأسواق الدولية 116
- العوامل المؤثرة على التسعير الدولي 116
- مداخل التسعير الدولي 118
- استراتيجيات التسعير الدولي 120
- التسعير الدولي والتسعير المحلي 123
- أسئلة للمناقشة 125
- المراجع 126

الفصل السادس

دور الدراسات والبحوث في عملية التسعير

- تمهيد 129
- دور السعر في المزيج التسويقي 130
- 1- أهمية البيانات الثانوية في عملية التسعير 130
- 2- أهمية الدراسات الميدانية في عملية التسعير 132
- خطوات البحث التسويقي للسعر 133
- أسئلة للمناقشة 137
- المراجع 138

الفصل السابع

التسعير بين المفهومين الإسلامي والرأسمالي

- تمهيد 141
- أهمية التسعير حسب المفهومين الإسلامي والرأسمالي 145
- المفهوم التسويقي الحديث بين الإسلام والرأسمالية 147
- التسعير بين الإسلام والرأسمالية 152

173 أسئلة للمناقشة

174 المراجع

الفصل الثامن

التسعير على الانترنت

177 تمهيد

191 النقد الالكتروني والبطاقات الذكية

196 الانترنت والأسعار

203 الانترنت والتسويق

207 التجارة الالكترونية

الفصل التاسع

حالات عملية في التسعير

217 المقدمة

217 1. التمهيد

217 2. أهداف الوحدة

218 3. أقسام الوحدة

218 4. القراءات المساعدة

219 5. ما تحتاج إليه لدراسة الوحدة

219 سلعة ميسرة: الخصائص والتسعير

221 حالة (1) تسعير سلعة ميسرة

222 سلعة تسويقية: الخصائص والتسعير

223 حالة (2) تسعير خدمة تسويقية: تأمين السيارات

224.....	سلعة معمرة: الخصائص والتسعير
226.....	حالة (3أ) تسعير سلعة معمرة: سيارة
228.....	حالة (3ب) تسعير سلعة معمرة: الأجهزة الكهربائية
229.....	سلعة خاصة: الخصائص والتسعير
231.....	حالة (4) تسعير سلعة خاصة: كتاب علمي
232.....	سلعة صناعية: الخصائص والتسعير
234.....	حالة (5) تسعير أدوات طبية
235.....	الخلاصة
235.....	إجابات التدريبات
236.....	مسرد المصطلحات
238.....	المراجع