



# إدارة التسويق الحديث

## مدخل معاصر

الدكتور  
علي فلاح الزعبي



## الفهرس

21 ..... المقدمة

### الباب الأول

#### إدارة التسويق الحديث: مدخل تمهيدي

27 ..... الفصل الأول: التسويق - أسس ومفاهيم

27 ..... تمهيد

29 ..... تعريف وأبعاد التسويق

32 ..... ماهية مفهوم التسويق وتعريف إدارة التسويق

35 ..... أهمية التسويق

36 ..... اهداف التسويق

37 ..... مفهوم التسويق الحديث

39 ..... مراحل تطور النشاط التسويقي

43 ..... عناصر النشاط التسويقي (ركائز البناء التسويقي)

47 ..... عناصر المزيج التسويقي الأساسية

52 ..... منافع التسويق

54 ..... التسويق الأخضر

56 ..... أنواع التسويق

56 ..... التسويق وحالات الطلب

58 ..... خاتمة الفصل الأول

60 ..... أسئلة الفصل الأول

67	مراجع الفصل الأول
69	<b>الفصل الثاني: مدخل إلى إدارة النشاط التسويقي</b>
69	تمهيد
73	مفهوم وتعريف الإدارة
74	مفهوم العملية الإدارية
76	المهارات الإدارية
77	مجالات الإدارة
78	فروع وأنواع الإدارة
80	تعريفات ومفاهيم المنظمة
80	مبررات وأسباب قيام منظمات الأعمال
81	وظائف المنظمة
82	مراحل دورة حياة المنظمة
83	مفهوم إدارة التسويق
84	مراحل تطور إدارة التسويق
85	وظائف إدارة التسويق
86	عملية إدارة التسويق
95	المنهج الإداري في دراسة التسويق
96	التحديات التي تواجه إدارة التسويق
97	خاتمة الفصل الثاني
99	أسئلة الفصل الثاني
103	مراجع الفصل الثاني
107	<b>الفصل الثالث: إستراتيجية إدارة النشاط التسويقي</b>
107	تمهيد

109	تعريفات إستراتيجية التسويق
110	اختيار الإستراتيجية
111	مرتكزات إستراتيجية التسويق
134	خاتمة الفصل الثالث
136	أسئلة الفصل الثالث
145	مراجع الفصل الثالث

## الباب الثاني

### ادارة التسويق الحديث: مدخل وظيفي

149	تمهيد
151	الفصل الرابع: عملية التخطيط التسويقي
151	تمهيد
153	تعريف ومفهوم التخطيط
155	أهمية التخطيط التسويقي
159	مداخل دراسة التخطيط التسويقي
160	مبادئ التخطيط
161	فوائد التخطيط التسويقي
163	شروط التخطيط التسويقي الناجح
164	مزايا (خصائص) التخطيط التسويقي
165	أنواع التخطيط
168	مقومات وعناصر التخطيط التسويقي
171	مسؤولية التخطيط التسويقي
171	مراحل عملية التخطيط

174	مراحل إعداد الخطة التسويقية
176	أنواع الخطط
180	معوقات التخطيط التسويقي
181	خاتمة الفصل الرابع
183	أسئلة الفصل الرابع
189	مراجع الفصل الرابع
191	الفصل الخامس: عملية التنظيم التسويقي
191	تمهيد
194	تعريف ومفهوم التنظيم
196	أهمية التنظيم
197	البعد الاجتماعي للتنظيم
198	فوائد التنظيم
198	أهداف التنظيم
199	مداخل دراسة عملية التنظيم
200	مبادئ (أسس) التنظيم
202	أنماط التنظيم
203	خطوات عملية التنظيم
205	أنواع التنظيم
208	مقومات وعناصر التنظيم
209	أساليب التنظيم
210	الهيكل التنظيمي (الخريطة التنظيمية)
214	أسس تقسيم وتنظيم العمل
220	مداخل تقييم الهيكل التنظيمي

222	حالات اعادة التنظيم
222	معوقات التنظيم
224	خاتمة الفصل الخامس
225	أسئلة الفصل الخامس
230	مراجع الفصل الخامس
233	دراسة حالة تطبيقية
235	<b>الفصل السادس: عملية التنسيق التسويقي</b>
235	تمهيد
236	تعريف ومفهوم التنسيق
239	أهمية وظيفة التنسيق
240	أهداف التنسيق
241	مزايا وخصائص التنسيق الفعال
242	مبادئ التنسيق
243	عناصر ومقومات التنسيق
244	أنواع وأشكال التنسيق
247	طرق وأساليب التنسيق
249	عوامل التنسيق التسويقي الناجح
251	معوقات التنسيق
253	خاتمة الفصل السادس
254	أسئلة الفصل السادس
259	مراجع الفصل السادس
261	<b>الفصل السابع: عملية التوجيه التسويقي</b>
261	تمهيد

262	تعريف ومفهوم التوجيه
264	أهميه التوجيه
264	مبادئ التوجيه
265	عناصر ومقومات التوجيه
265	التوجيه والسلطة
266	التوجيه وإصدار الأوامر
266	دور المدير أو المشرف في عملية التوجيه
267	متغيرات التوجيه
268	العوامل المؤثرة على نجاح التوجيه
269	خصائص وسمات الموجه الإداري
271	أسس وركائز التوجيه
283	ملامح التوجيه في الادارة الإسلامية
286	خاتمة الفصل السابع
287	اسئلة الفصل السابع
292	مراجع الفصل السابع
295	<b>الفصل الثامن: عملية اتخاذ القرارات التسويقية</b>
296	تمهيد
297	مفهوم وعناصر عملية اتخاذ القرارات التسويقية
300	ماهية عملية اتخاذ القرارات التسويقية
301	أهمية اتخاذ القرارات التسويقية
302	مكونات القرار
304	خطوات عملية اتخاذ القرارات التسويقية
311	دوافع اتخاذ القرارات التسويقية

312	مراحل صنع القرار
313	أدوات وأساليب عملية اتخاذ القرارات التسويقية
316	العوامل المؤثرة في اتخاذ القرارات التسويقية
318	أنواع وأصناف القرارات
326	عوامل نجاح عملية اتخاذ القرارات
328	مداخل تحليل المشكلات في إطار عملية اتخاذ القرارات
336	مشكلات عملية اتخاذ القرارات
337	محاذير اتخاذ القرارات التسويقية
341	خاتمة الفصل الثامن
343	أسئلة الفصل الثامن
348	مراجع الفصل الثامن
351	<b>الفصل التاسع: عملية الرقابة التسويقية</b>
351	تمهيد
353	تعريف ومفهوم الرقابة
358	أهمية الرقابة
359	أهداف الرقابة
359	عناصر ومقومات نظام الرقابة الفعال
361	مبادئ (أساسيات) الرقابة
362	ركائز ومعايير وظيفة الرقابة
364	وسائل الرقابة
365	أنواع الرقابة
368	مراحل الرقابة التسويقية
371	أساليب الرقابة على الأداء الفعلي



372	معوقات نجاح الرقابة
373	صور الرقابة الإدارية
376	خاتمة الفصل التاسع
378	أسئلة الفصل التاسع
382	مراجع الفصل التاسع

### الباب الثالث

#### ادارة التسويق الحديث: مدخل تخصصي

387	الفصل العاشر: مدخل إلى تسويق الخدمات
387	تمهيد
388	تعريف الخدمات
390	مفهوم الخدمات
392	أهمية الخدمات
393	أصناف الخدمات
395	أبعاد الخدمات
395	نطاق الخدمات
397	مفهوم جودة الخدمات
397	إدارة جودة الخدمات
400	معايير جودة الخدمة
402	خصائص الخدمات
404	إستراتيجيات المزيج التسويقي الخدماتي
408	العلاقات التبادلية التسويقية
410	خاتمة الفصل العاشر

411	اسئلة الفصل العاشر
415	مراجع الفصل العاشر
417	<b>الفصل الحادي عشر: التسويق الدولي</b>
418	تمهيد
418	تعريف التسويق الدولي
419	مفاهيم أساسية حول التسويق الدولي
421	أهمية وأبعاد التسويق الدولي
424	إدارة التسويق الدولي
426	أساسيات وأهداف التسويق الدولي
427	المساهمون في التسويق الدولي
428	مراحل التسويق الدولي
429	بيئة التسويق الدولي
431	مداخل اختيار الأسواق الدولية
432	دوافع التسويق الدولي
433	استراتيجيات التسويق الدولي
434	إستراتيجية التوجه السوقي الدولي
435	سياسة تقسيم السوق الدولي
436	مفاتيح نجاح إستراتيجيات التسويق الدولي
439	مظاهر الارتباط بين التسويق الدولي والتسويق المحلي
439	مظاهر الارتباط بين التسويق الدولي والتجارة الدولية، التمويل الدولي
440	سياسات وطرق التسعير العالمي
442	التسويق الدولي والانترنت
448	خاتمة الفصل الحادي عشر

449	أسئلة الفصل الحادي عشر
456	مراجع الفصل الحادي عشر
459	الفصل الثاني عشر: التسويق الالكتروني في منظمات الأعمال
459	تمهيد
461	نشأة وتطور التسويق الالكتروني
462	مفهوم التسويق الالكتروني
463	أهداف التسويق الالكتروني
463	أهمية التسويق الالكتروني
464	متطلبات التسويق الإللكتروني
465	فوائد التسويق الإللكتروني
467	خصائص التسويق الالكتروني
468	أنواع التسويق الالكتروني
470	إستراتيجية التسويق الالكتروني
470	عناصر المزيج التسويقي الالكتروني الخدمي
475	فرص ومنافع التسويق الإللكتروني
478	سلبيات التسويق الإللكتروني
479	تحديات التسويق الإللكتروني
481	خاتمة الفصل الثاني عشر
482	أسئلة الفصل الثاني عشر
485	مراجع الفصل الثاني عشر
491	الملاحق
491	الملحق (1): قائمة المصطلحات العلمية