

تأليف الدكتور: فريد كورتل

أستاذ إدارة الأعمال

# مدخل للتسويق



الطبعة الأولى - الجزائر 2007

# فهرس المواضيع

2	مقدمة.....
	<b>الفصل الأول مبادئ التسويق</b>
4	تمهيد .....
	<b>المبحث الأول طبيعة التسويق وأهميته</b>
5	تعريف التسويق .....
6	أهمية التسويق .....
7	المصلحة التجارية والتسويق .....
	<b>المبحث الثاني السوق</b>
8	معرفة السوق .....
8	دراسة السوق .....
9	تقسيم السوق .....
	<b>المبحث الثالث دراسة المستهلك</b>
16	دوافع الشراء .....
17	عادات الشراء .....
	<b>الفصل الثاني السياسات التسويقية</b>
21	تمهيد .....
	<b>المبحث الأول سياسة المنتجات</b>
22	تصميم وتهذيب المنتج.....
25	تغليف المنتج .....
26	بيانات المنتج .....
27	تعليم المنتج .....
	دورة حياة المنتج.....
	بعث منتجات جديدة.....

## المبحث الثاني سياسة الأسعار

- 35 ..... تعريف السعر
- 35 ..... الجهة الوكل إليها وضع سياسة الأسعار بالمؤسسة
- 36 ..... العوامل المؤثرة في تحديد السعر
- 37 ..... أنواع سياسات الأسعار
- 38 ..... طرق تحديد السعر
- 38 ..... الخصومات

## المبحث الثالث سياسة التوزيع

- ..... تعريف التوزيع
- 41 ..... قنوات التوزيع
- 41 ..... العوامل المؤثرة على إختيار قنوات التوزيع
- 42 ..... كثافة التوزيع
- 43 ..... تقييم جهود المزرعين
- 44 ..... تعديل طرق التوزيع
- ..... تكلفة التوزيع

## الفصل الثالث سياسة الإتصال التسويقي

- 47 ..... تمهيد

## المبحث الأول العلاقات العامة

- 66 ..... تمهيد
- 68 ..... تعريف العلاقات العامة
- 70 ..... صفات رجل العلاقات العامة
- 72 ..... مبادئ العلاقات العامة
- 75 ..... أهداف العلاقات العامة
- 76 ..... أهمية ووظائف العلاقات العامة
- 83 ..... الإتصال ووسائله في العلاقات العامة
- 93 ..... صلة العلاقات العامة بقنون الإتصال الأخرى
- 95 ..... وسائل العلاقات العامة

## المبحث الثاني الإشهار

- 99 ..... أولا: الأصول العلمية للإشهار
- 86 ..... ثانيا: الجوانب الفنية للإشهار
- 94 ..... ثالثا: إدارة النشاط الإشهاري

114 ..... رابعا: أهمية الإشهار وعلاقته بعناصر الإتصال التسويقي.....

### المبحث الرابع: قوة البيع

..... تعريف قوة البيع

148 ..... أهمية قوة البيع.....

149 ..... أهداف قوة البيع.....

150 ..... أنشطة قوة البيع.....

151 ..... تنظيم قوة البيع.....

155 ..... تسير قوة البيع.....

166 ..... أنشطة قوة البيع.....

### المبحث الخامس: ترقية المبيعات

193 ..... نشأة وتطور ترقية المبيعات.....

196 ..... تعريف ترقية المبيعات.....

198 ..... أهداف ترقية المبيعات.....

199 ..... مكانة ترقية المبيعات في المزيج الإتصالي.....

203 ..... مبررات ترقية المبيعات.....

205 ..... تقنيات ترقية المبيعات.....

217 ..... إستراتيجية ترقية المبيعات.....

### المبحث السادس

علاقة قوة البيع وترقية المبيعات بعناصر الإتصال التسويقي

الأخرى.

226 ..... 1-العلاقة بين الإشهار وقوة البيع.....

228 ..... 2- العلاقة بين الإشهار وترقية المبيعات.....

230 ..... 3- العلاقة بين الإشهار والعلاقات العامة.....

231 ..... 4- العلاقة بين قوة البيع وترقية المبيعات.....

232 ..... 5-العلاقة بين ترقية المبيعات والعلاقات العامة.....

233 ..... 6- العلاقة بين قوة البيع والعلاقات العامة.....

235 ..... المراجع.....