

نظم المعلومات التسويقية



MARKETING

الدكتور فريد كورتل الأستاذة لحرر حكرمة

كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير
جامعة سكيكدة - الجزائر



الفهرس

7.....مقدمة

الفصل الأول: مفاهيم أساسية للتسويق

11.....تمهيد

13.....المبحث الأول: طبيعة التسويق وأهميته

23.....المبحث الثاني: أهداف وأهمية التسويق

الفصل الثاني: إدارة التسويق والبيئة التسويقية

29.....تمهيد

31.....المبحث الأول: إدارة التسويق

37.....المبحث الثاني: الدور الحديث للتسويق في المؤسسات المعاصرة

41.....المبحث الثالث: البيئة التسويقية

الفصل الثالث: نظام المعلومات

55.....تمهيد

57.....المبحث الأول: المبادئ الأساسية لنظام المعلومات

65.....المبحث الثاني: البيانات، المعلومات والمعرفة

77.....المبحث الثالث: نظام المعلومات

الفصل الرابع: نظام المعلومات التسويقية

89.....تمهيد

91.....المبحث الأول: مفاهيم أساسية لنظام المعلومات التسويقية

- المبحث الثاني: تحليل حاجات المستفيدين من المعلومات.....103
- المبحث الثالث: مزايا نظام المعلومات التسويقية وأهدافه.....107
- المبحث الرابع: مكونات نظام المعلومات التسويقية.....111

الفصل الخامس: نظام الدراسات والبحوث التسويقية

- تمهيد.....119
- المبحث الأول: مجالات بحوث التسويق.....121
- المبحث الثاني: أنواع البحوث التسويقية.....123
- المبحث الثالث: خطوات إعداد البحوث التسويقية.....127

الفصل السادس: اتخاذ القرارات التسويقية

- تمهيد.....135
- المبحث الأول: اتخاذ القرارات التسويقية.....137
- المبحث الثاني: دور نظام المعلومات التسويقية وصنع القرارات التسويقية.....155
- المبحث الثالث: دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات المزيج التسويقي.....159
- المبحث الرابع: نظام دعم القرارات التسويقية.....197

- خاتمة.....201
- المراجع.....202