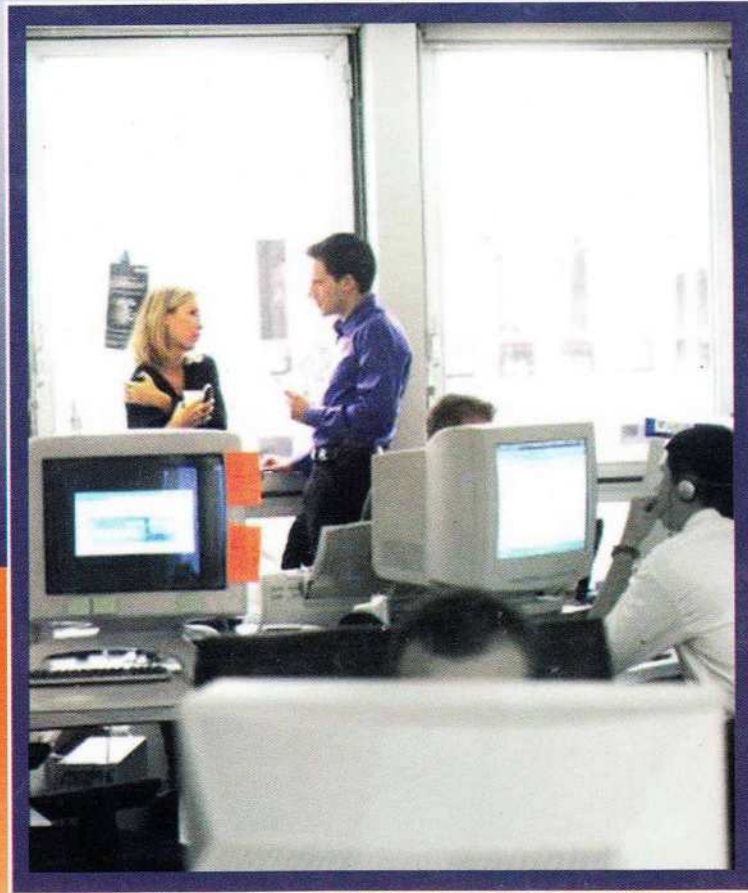


نظم المعلومات التسويقية

MARKETING INFORMATION SYSTEMS



الدكتور
سيد سالم عرفة



المحتويات

الصفحة

الموضوع

9	المقدمة.....
11	مدخل إلى الكتاب.....
13	مراحل تطور المفهوم التسويقي.....
13	طرق دراسة التسويق.....
15	تعريف السوق.....
15	أهمية السوق.....
16	أسس تقسيم السوق.....
الفصل الأول: مبادئ التسويق	
19	اختيار القطاع السوقي.....
24	الأسباب التي دعت إلى زيادة الاهتمام بسلوك المستهلك.....
24	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك.....
32	قرارات الشراء.....
41	التسعير.....
44	مفهوم بحوث التسويق.....
50	النظام التسويقي.....
56	اختيار منافذ التوزيع.....
الفصل الثاني: مهارات الاتصال والتسويق	
63	التسويق الذكي.....
69	تقييم أنشطة المنظمة.....
72	القواعد الرئيسية في إدارة التسويق.....
73	دورة حياة المنتج.. دروس في التسويق.....
93	الاتصال المؤكد (استيعاب وفهم الآخرين)
110	مهارات الاتصال الأساسية للمدير التنفيذي.....
111	المهارات الرئيسية للاتصال التي يحتاج إليها مديرو منظمات الأعمال.....

الفصل الثالث: ماهية التسويق

119	تمهيد.....
119	عموميات حول التسويق.....
129	التسويقية ومفهوم المزيج التسويقي.....
132	المعلومات التسويقية وبحوث التسويق.....
136	العوامل المؤثرة في بناء الهيكل التنظيمي لجهاز التسويق.....
138	طرق تنظيم جهاز التسويق.....
141	التخطيط الإداري لعملية التسويق.....

الفصل الرابع: إدارة مورد المعلومات

149	تمهيد.....
150	أهمية المعلومات.....
151	وظائف المعلومات.....
153	نظم المعلومات وطرق الحصول عليها.....
159	أنواع نظم المعلومات من حيث التخصصات الموضوعية.....
164	نظم دعم اتخاذ القرار.....
173	تدقيق نظم المعلومات.....

الفصل الخامس: نظام المعلومات التسويقية والإدارية

179	المعلومات التسويقية.....
180	نظم المعلومات التسويقية وأهميتها.....
180	مكونات النظام التسويقي الفعلي.....
181	نظم المعلومات التي تخدم الهرم الإداري للمنظمة.....
183	نظم معالجة التعاملات / المعاملات التجارية.....
185	نشاطات نظم معالجة التعاملات الرئيسية.....
189	نظم المعلومات التي تخدم المجالات الوظيفية للأعمال.....
191	نظم معلومات التسويق، والتسويق التفاعلي.....
192	نظم المنشأة: فوائدها وتحديات تنفيذها.....

194	إدارة سلسلة التوريد ونشاطاتها في المنظمة.....
195	التجارة التعاونية والشبكات الصناعية الخاصة، وإدارة علاقات الزبون.....
198	منافع استخدام نظم المعلومات لدعم إدارة سلسلة التجهيز والتجارة التعاونية.....
الفصل السادس: نحو نظم معلومات تسويقية حديثة	
203	العوامل المؤثرة في قرارات التسعير.....
207	خطوات التسعير.....
212	العوامل المؤثرة في المزيج الترويجي.....
216	فاعلية الاتصالات التسويقية.....
217	استراتيجيات التسويق الدولي.....
225	التسويق الإلكتروني.....
235	أنظمة المعلومات الإداري.....
251	قوائم مراجع الكتاب.....
251	أولاً: قائمة المراجع العربية.....
253	ثانياً: قائمة المراجع الأجنبية.....
254	ثالثاً: قائمة المواقع الإلكترونية.....