

سياسات التسعير

Prices Pricing

(مدخل منهجي - تطبيقي متكامل)

Applied Perspective

الدكتور
علي فلاح الزعبي

الدكتور
زكريا أحمد عزام

1 2345 6789 10



الفهرس

17	التقديم
19	المقدمة

الفصل الأول

مدخل مفاهيمي الى التسعير

25	تمهيد
26	مفهوم وأبعاد التسعير
30	اشكال ومسميات التسعير
31	التطور التاريخي لعملية التسعير
33	أهمية عملية التسعير
39	السعر من وجهة نظر الزبون
41	أهداف عملية التسعير
41	السعر وعناصر المزيج التسويقي
44	مفاهيم ومصطلحات في التسعير
45	خطوات عملية التسعير
46	العوامل المؤثرة في قرارات التسعير
48	طرق ومدخل عملية التسعير
49	سياسات التسعير في التشريع الاسلامي مقارنة بالتشريع الاقتصادي المعاصر

51	سياسات التسعير ودورها في تنمية المبيعات
55	سياسات التسعير في عصر الانترنت
59	خاتمة الفصل الأول

الفصل لثاني

التسعير وسلوك المستهلك

71	تمهيد
72	مفهوم وابعاد سلوك المستهلك
72	مداخل دراسة سلوك المستهلك
74	نماذج دراسة سلوك المستهلك
76	مراحل السلوك الشرائي للمستهلك
77	العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك
80	انواع قرارات الشراء
81	تاثير السعر على سلوك المستهلك
93	خاتمة الفصل الثاني

الفصل الثالث

نظرية التسعير

97	تمهيد
97	افتراضات نظرية السعر
99	نظرية وقانون الطلب
99	السعر ومرونة الطلب
101	مرونة السعر في عمليات الطلب
107	طرق بحوث التسعير بالنسبة لتاجر التجزئة

113	المشاكل العملية في نظرية التسعير.....
116	خاتمة الفصل الثالث.....

الفصل الرابع

اهداف عملية التسعير

119	تمهيد.....
120	اهداف التسعير / عام.....
120	اهداف التسعير الفرعية.....
125	اهداف التسعير الرئيسية.....
140	خاتمة الفصل الرابع.....

الفصل الخامس

خطوات عملية التسعير

149	تمهيد.....
151	اولا: تحديد العوامل المؤثرة على التسعير.....
152	ثانيا: وضع الاهداف الاستراتيجية للتسعير.....
152	ثالثا: اختيار سياسات واستراتيجيات التسعير.....
153	رابعا: تقدير الطلب والمرونة السعرية.....
154	خامسا: تحديد العلاقات بين السعر والمبيعات والارباح.....
156	سادسا: دراسة اسعار وتكاليف المنافسين.....
156	سابعا: اختيار طريقة حساب السعر.....
160	ثامنا: وضع مستوى السعر النهائي والتعديل عند الحاجة.....
161	خاتمة الفصل الخامس.....

الفصل السادس

العوامل المؤثرة على قرارات التسعير

165	تمهيد
165	العوامل المؤثرة في تسعير المنتجات الجديدة
166	العوامل المؤثرة على التسعير
167	العوامل الداخلية المؤثرة في قرارات التسعير
179	العوامل الخارجية المؤثرة في قرارات التسعير
186	خاتمة الفصل السادس

الفصل السابع

طرق ومداخل التسعير

189	تمهيد
189	طرق التسعير الرئيسية
190	طريقة / مُدخل السعر على أساس السوق / الطلب
192	طريقة / مُدخل السعر على أساس المنافسة
193	طريقة / مُدخل السعر على أساس القيمة / الزبون
194	طريقة / مُدخل السعر على أساس التكلفة
208	طريقة جداول المدخلات - المخرجات
211	طرق تسعير المنتجات الجديدة
212	اختيار طريقة التسعير
214	خاتمة الفصل السابع

الفصل الثامن استراتيجيات التسعير

217	تمهيد
217	هيكل استراتيجية المنظمة
218	انماط إستراتيجية التسعير
218	الاستراتيجيات حسب نوع السعر
221	الاستراتيجيات الخاصة بالمنتجات الجديدة
222	الاستراتيجيات الخاصة بضبط السعر
227	الاستراتيجيات حسب مرونة السوق
228	الاستراتيجيات حسب سياسة تغيير الاسعار
228	استراتيجيات الاسعار وفقا لمنهج الكلف
230	استراتيجيات التسعير التفاضلي
231	استراتيجيات التسعير المرتبطة بنفسه المشتري
233	استراتيجيات التسعير الجغرافي
235	استراتيجيات التسعير الاداري
236	خاتمة الفصل الثامن

الفصل التاسع التسعير في الاسواق الدولييه

243	تمهيد
244	عناصر السعر الدولي
245	مفاهيم اساسية حول التسويق الدولي
247	التسويق الدولي والتجارة الدولية

248	اهمية التسويق الدولي
249	ابعاد عملية التسويق الدولي
250	اهداف ودوافع التسويق الدولي
251	استراتيجيات التسويق الدولي
252	عوامل ومتغيرات تحديد الاسعار الدولية
253	سياسات التسويق الدولي
255	طرق ومدخل التسعير الدولي
256	خاتمة الفصل التاسع

الفصل العاشر

تسعير الخدمات

259	تمهيد
260	تعريف الخدمات
261	خصائص وسمات الخدمات
263	مسميات تسعير الخدمات
263	التسعير وخواص الخدمات
268	قرارات وسياسات التسعير
269	التسعير والاستراتيجيات التسويقية
269	طرق تسعير الخدمات
272	خاتمة الفصل العاشر

الفصل الحادي عشر

تسعير السلع الصناعية

277	تمهيد
-----	-------

278	العوامل المؤثرة على تسعير السلع الصناعية
278	دور السعر في اسواق المنتجات الصناعية
283	طرق تسعير المنتجات الصناعية
283	التسعير على اساس التكلفة
283	التسعير على أجل التصدير
288	تسعير المنتج الجديد
290	الخصم على الكمية
293	الخصومات التجارية
295	الخصومات النقدية
297	خاتمة الفصل الحادي عشر
299	الملاحق
333	المراجع