

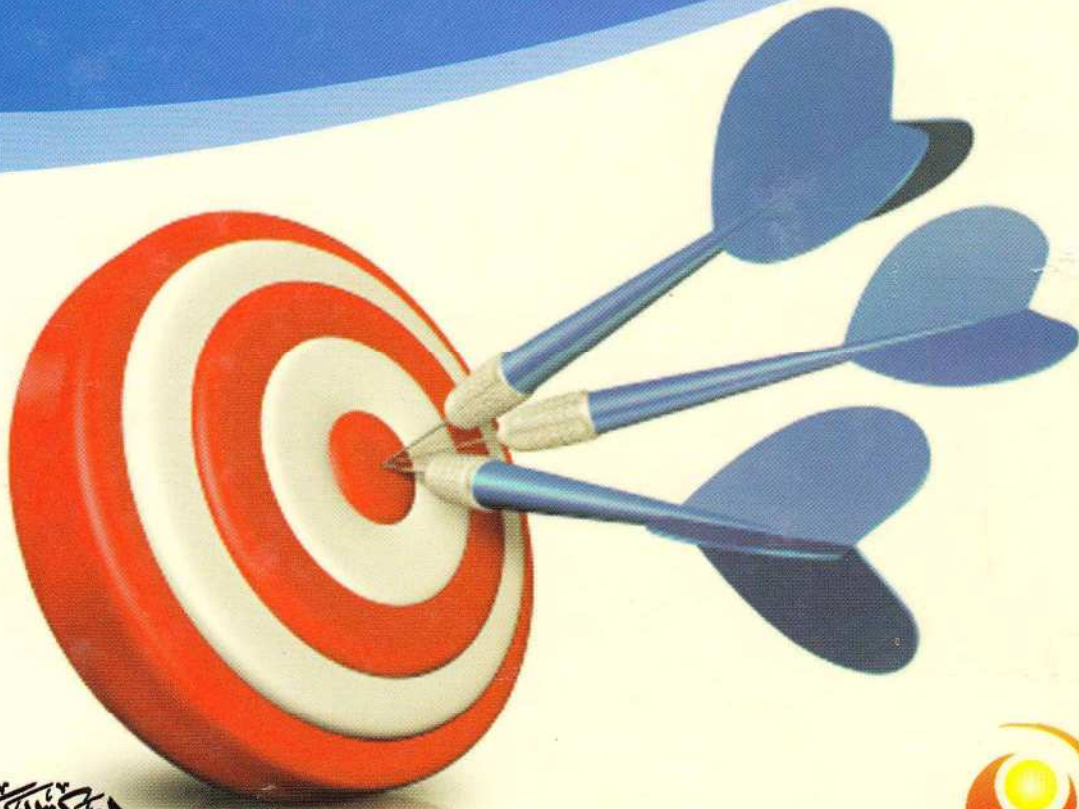
تسويق الخدمات

الأستاذ

سمير حسين عودة

الدكتور

علي توفيق الحاج



الجمهورية العربية السورية
للنشر والتوزيع



الفصل الأول

مقدمة في الترويج التجاري

- 11 تعريف الترويج وخصائصه •
- 14 أهمية النشاط الترويجي •

الفصل الثاني

الترويج كعملية اتصال

- 21 مقدمة •
- 21 مفهوم الاتصال •
- 22 النموذج العام للاتصال •
- 22 مصدر الرسالة •
- 24 الرسالة الاتصالية •
- 25 الصياغة الرمزية لمضمون الرسالة •
- 28 قناة الاتصال •
- 31 التغذية العكسية •
- 31 تحليل الصياغة الرمزية لمضمون الرسالة •
- 33 المستقبل •
- 34 معوقات الاتصال •

الفصل الثالث

المفهوم الحديث لإدارة التسويق

- 41 مفهوم الخدمة •
- 43 خصائص الخدمات (أشكال الخدمات) •
- 45 الظروف التسويقية لصناعات الخدمات •

الفصل الرابع

المزيج التسويقي للخدمات

- 53 1. سياسات الخدمة •

54 2. الاستراتيجية التوزيعية
57 3. التسعير
58 • ما هي الاستراتيجية التسويقية
59 • متطلبات الاستراتيجية التسويقية
59 • اجراءات تحطيط استراتيجية التسويقية
63 • اختيار وتحليل الهدف السوقي
65 • استراتيجية المزيج التسويقي
68 • محتويات لخطة تسويقية نموذجية
75 • تقويم أداء الاستراتيجية التسويقية
75 1. تحليل المبيعات
75 • قياس المبيعات
78 2. تحليل الكلفة

الفصل الخامس

التدقيق التسويقي

83 • تعريف التدقيق التسويقي
84 • كيفية اداء المراجعة (التدقيق) التسويقية

الفصل السادس

التسويق الفعال

89 • التسويق... المفاهيم والتطور والمكونات
90 • وظيفة التسويق بين أنشطة الأعمال
91 • ما هو التسويق...؟
93 • الحاجات والرغبات
94 • المنتجات
95 • التبادل
96 • الاسواق
97 • هل للتسويق أهمية خاصة؟

الفصل السابع

التسوق هو جودة الحياة

- 115 المزيج التسويقي
- 115 تخطيط المنتجات
- 116 التوزيع
- 116 التسعير
- 117 الترويج
- 118 الجودة الشاملة في التسوق

الفصل الثامن

استراتيجية الترويج

- 125 الاتصالات التسويقية- المفاهيم والاستراتيجية
- 126 نموذج الاتصال في الترويج
- 128 عناصر المزيج الترويجي
- 131 استراتيجيات الترويج
- 132 استراتيجية الدفع واستراتيجية الجذب
- 134 استراتيجية الضغط واستراتيجية الايحاء
- 134 الحملة الترويجية

الفصل التاسع

التسويق الزراعي

- 142 ظهور الحاجة الى التسويق
- 143 الأهداف الرئيسية للدراسات التسويقية الزراعية
- 145 طرق البحث في الدراسات التسويقية الزراعية
- 145 طرق دراسة التسويق من الناحية الوظيفية
- 145 طرق دراسة التسويق من ناحية المنشآت
- 146 طريقة دراسة التسويق من ناحية السلعة
- 147 خواص المحاصيل الزراعية
- 151 المشاكل التسويقية التي تقابل المزارع

152	• استهلاك المحاصيل الزراعية.....
154	• الاتجاهات الدراسية للاقتصاد الاستهلاكي.....
156	• العوامل الرئيسية التي تؤثر في الاستهلاك الشخصي.....
161	• الأهداف الرئيسية للخدمات والعمليات التسويقية.....
163	• الوظائف التسويقية.....
179	• الأسواق والوسطاء.....
181	• أنواع الاسواق.....
184	• الوسطاء.....
187	• المنظمات الدولية(البورصات).....
188	• الوظائف الرئيسية للمنظمات التبادلية.....
190	• اغراض التعامل في البورصة.....
194	• العلاقة بين الاسعار الخاضرة والاسعار الآجلة.....
197	• تسويق القطن في القطر السوري.....
198	• الاقتراض.....
198	• البنوك التعاونية.....
199	• التخطيط في التسويق.....
201	• استراتيجية تخطيط التسويق.....
201	• مدخل تخطيط التسوق.....
203	• أشكال التخطيط.....
204	• مكونات التخطيط.....
207	• التخطيط الطويل الأجل.....
207	• تحديات التخطيط في الثمانينات.....
208	• التنبؤ في التسويق.....
208	• الأشكال الأساسية للتنبؤ.....
211	• طرق التنبؤ.....
214	• التنبؤ في التسويق من الزاوية العملية.....
215	• دقة التنبؤ في التسويق.....
215	• قياس الطلب والمنافسة.....