

مادة ادارة التسويق / المرحلة الثانية / الكورس الاول

الاسبوع	عدد الساعات	الموضوع	ت
الاول	٢	المفاهيم الاساسية للتسويق	-١
الاول	١	أهمية وأهداف التسويق وما الذي يتم تسويقه	-٢
الثاني	١	المفاهيم الاساسية للبيئة التسويقية	-٣
الثاني	٢	خصائص البيئة التسويقية وتقسيماتها	-٤
الثالث	١	المفاهيم الاساسية لسلوك المستهلك واهمية دراسته	-٥
الثالث	٢	بعض النظريات المفسرة لسلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه ومراحل اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك	-٦
الرابع	١	المفاهيم الاساسية لسلوك شراء منظمات الاعمال	-٧
الرابع	٢	خصائص السلوك الشرائي لمنظمات الاعمال والعوامل المؤثرة فيه	-٨
الخامس	١	المفاهيم الاساسية للمنتج وتصنيفاته	-٩
الخامس	٢	دورة حياة المنتج	-١٠
السادس	١	المنتجات الجديدة وتطوير المنتجات الحالية	-١١
السادس	٢	تمييز وتعليم المنتجات وستراتيجيات المنتج والعوامل المؤثرة فيها	-١٢
السابع	٢	مفهوم التسعير واهميته وعلاقته بعناصر المزيج التسويقي الاخرى	-١٣
السابع	١	أهداف التسعير	-١٤
الثامن	٢	طرق تحديد الاسعار	-١٥
الثامن	١	العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار وتعديل الاسعار	-١٦
التاسع	٢	المفاهيم الاساسية للترويج	-١٧
التاسع	١	اهمية واهداف الترويج	-١٨
العاشر	٢	عناصر المزيج الترويجي	-١٩
العاشر	١	اساليب اعداد موازنة الترويج	-٢٠
الحادي عشر	١	مفهوم واهمية واهداف التوزيع	-٢١
الحادي عشر	٢	مفهوم قناة التوزيع واهميتها وكيفية تصميمها وانواع الوسطاء والعوامل المؤثرة في اختيار القناة التوزيعية	-٢٢
الثاني عشر	١	المفاهيم الاساسية للمسؤولية الاجتماعية	-٢٣
الثاني عشر	٢	حقوق المستهلك	-٢٤

الثالث عشر	١	المفاهيم الأساسية للتسويق الأخضر	-٢٥
الثالث عشر	٢	المزيج التسويقي الأخضر واسباب تبني مدخل التسويق الأخضر من قبل المنظمات	-٢٦
الرابع عشر	١	المفاهيم الأساسية للتسويق الدولي	-٢٧
الرابع عشر	٢	ستراتيجيات دخول الأسواق الدولية ومشاكل التسويق الدولي	-٢٨
الخامس عشر	١	المفاهيم الأساسية للتسويق الإلكتروني	-٢٩
الخامس عشر	٢	الخصائص المميزة للتسويق الإلكتروني ومعوقات استخدامه	-٣٠