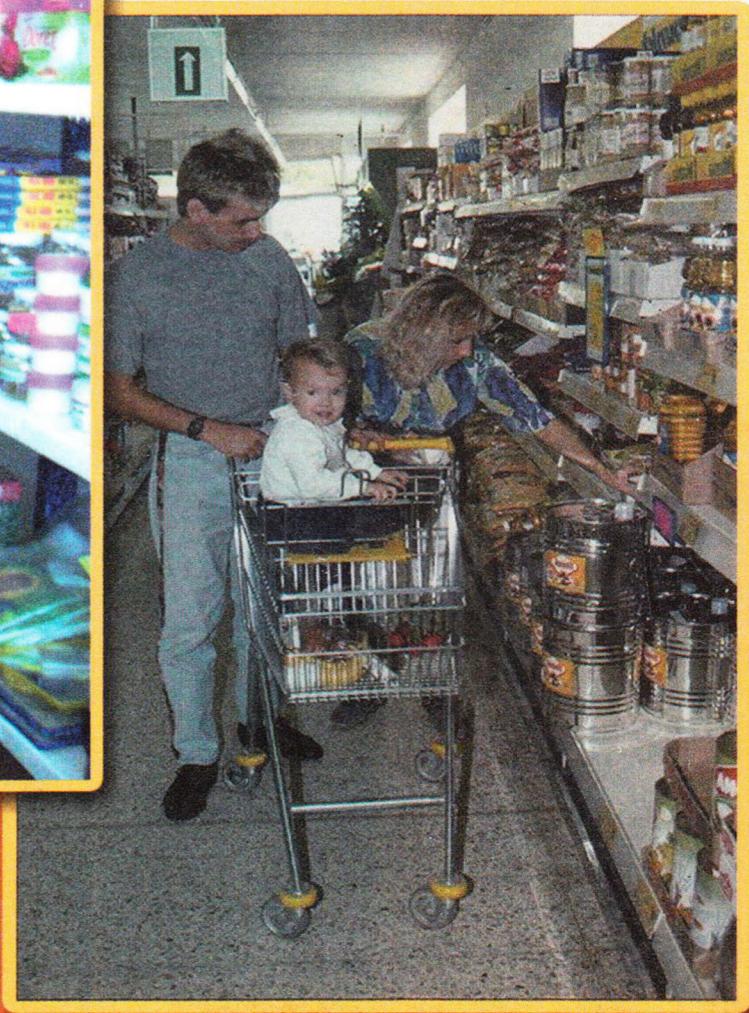
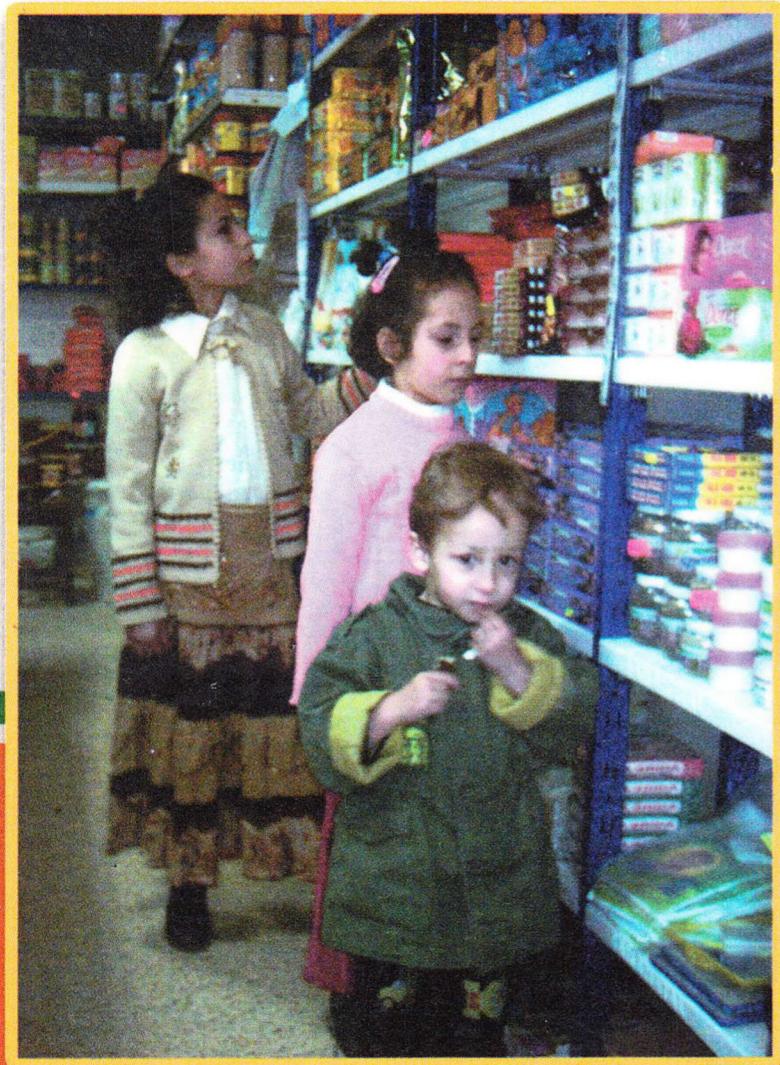


تأليف الدكتور: فريد كورتل

أستاذ إدارة الأعمال

مدخل للتسويق



فهرس المواضيع

2	مقدمة.....
		الفصل الأول مبادئ التسويق
4	تمهيد
		المبحث الأول طبيعة التسويق وأهميته
5	تعريف التسويق
6	أهمية التسويق
7	المصلحة التجارية والتسويق
		المبحث الثاني السوق
8	معرفة السوق ..
8	دراسة السوق ..
9	تقسيم السوق ..
		المبحث الثالث دراسة المستهلك
16	د الواقع الشراء ..
17	عادات الشراء ..
		الفصل الثاني السياسات التسويقية
21	تمهيد ..
		المبحث الأول سياسة المنتجات
22	تصميم وتهذيب المنتوج.....
25	تغليف المنتوج ..
26	بيانات المنتوج ..
27	تعليق المنتوج ..
		دورة حياة المنتوج ..
		بعث منتجات جديدة ..

المبحث الثاني سياسة الأسعار

35	تعريف السعر.....
35	الجهة الوكل إليها وضع سياسة الأسعار بالمؤسسة.....
36	العوامل المؤثرة في تحديد السعر.....
37	أنواع سياسات الأسعار.....
38	طرق تحديد السعر.....
38	الخصومات.....

المبحث الثالث سياسة التوزيع

.....	تعريف التوزيع
41	قوّات التوزيع.....
41	العوامل المؤثرة على اختيار قتوّات التوزيع.....
42	كثافة التوزيع.....
43	تقييم جهود المزعّين
44	تعديل طرق التوزيع
.....	تكلفة التوزيع
.....	الفصل الثالث سياسة الإتصال التسويقي

47	تمهيد
----	-------------

المبحث الأول العلاقات العامة

66	تمهيد
68	تعريف العلاقات العامة.....
70	صفات رجل العلاقات العامة.....
72	مبادئ العلاقات العامة.....
75	أهداف العلاقات العامة.....
76	أهمية ووظائف العلاقات العامة.....
83	الإتصال ووسائله في العلاقات العامة.....
93	صلة العلاقات العامة بفنون الإتصال الأخرى
95	وسائل العلاقات العامة.....

المبحث الثاني الإشهار

99	أولاً: الأصول العلمية للإشهار.....
86	ثانياً: الجوانب الفنية للإشهار.....
94	ثالثاً: إدارة النشاط الإشهاري.....

114	رابعاً: أهمية الإشهار وعلاقته بعناصر الاتصال التسويقي.....
المبحث الرابع: قوة البيع	
148	تعريف قوة البيع
149	أهمية قوة البيع.....
150	أهداف قوة البيع.....
151	أنشطة قوة البيع.....
155	تنظيم قوة البيع.....
166	تسخير قوة البيع.....
المبحث الخامس: ترقية المبيعات	
193	نشأة وتطور ترقية المبيعات.....
196	تعريف ترقية المبيعات.....
198	أهداف ترقية المبيعات.....
199	مكانة ترقية المبيعات في المزيج الإتصالي
203	ميزانية ترقية المبيعات.....
205	تقنيات ترقية المبيعات
217	إستراتيجية ترقية المبيعات
المبحث السادس	
علاقة قوة البيع وترقية المبيعات بعناصر الاتصال التسويقي الأخرى.	
226	1- العلاقة بين الإشهار وقوة البيع
228	2- العلاقة بين الإشهار وترقية المبيعات
230	3- العلاقة بين الإشهار والعلاقات العامة
231	4- العلاقة بين قوة البيع وترقية المبيعات.....
232	5- العلاقة بين ترقية المبيعات وال العلاقات العامة
233	6- العلاقة بين قوة البيع وال العلاقات العامة
235	المراجع.....