

التسويق الصناعي



د. سيد سالم عرفة



قائمة المحتويات

- المقدمة

الفصل الاول

مداخل دراسة التسويق

- 19.....نشأة وتطور التسويق
- 21.....مفهوم التسويق
- 22.....عناصر التسويق
- 23.....عناصر المزيج التسويقي
- 31.....مداخل دراسة التسويق
- 33.....أهمية التسويق
- 35.....أهداف التسويق
- 36.....الوظائف التسويقية
- 37.....الوظائف التسويقية والوسطاء التسويقيون
- 38.....مهام وظيفة التسويق

الفصل الثاني

الطلب والعرض على منتجات الاعمال الصناعية

- 41.....أولاً: الطلب على منتجات الاعمال الصناعية
- 41.....تعريف الطلب
- 41.....مفهوم الطلب الكلي

- 41..... قانون الطلب -
- 42..... دالة الطلب -
- 43..... أشكال الطلب -
- 43..... الطلب على السلع الصناعية -
- 44..... أنواع أو تصنيفات منتجات الاعمال الصناعية -
- 46..... خصائص الطلب في سوق الاعمال الصناعية -
- 46..... مروّنات الطلب -
- 49..... المرونة وميل منحنى الطلب -
- 49..... محددات المرونة -
- 52..... العوامل المؤثرة في مرونة الطلب -
- 53..... أنواع مرونة الطلب -
- 56..... محددات مرونة الطلب السعرية -
- 57..... ثانياً: والعرض على منتجات الاعمال الصناعية -
- 57..... تعريف العرض -
- 57..... تعريف العرض الكلي -
- 58..... مرونة العرض -
- 59..... أنواع مرونة العرض -
- 60..... مرونة العرض في المدى القصير والمدى الطويل -
- 61..... مرونة الطلب الدخلية -
- 62..... انحراف منحنى عرض السوق -
- 63..... سعر وكمية التوازن -

الفصل الثالث

- ماهية الصناعة وتكنولوجيا المعلومات الصناعية

- مفهوم الصناعة.....67
- نشأ التصنيع.....67
- هيكل الصناعة.....68
- التركيز الصناعي.....69
- أهمية مقياس التركيز الصناعي.....71
- العوامل المؤثرة في مستوى التركيز الصناعي.....71
- عوائق الدخول إلى الصناعة.....73
- الطاقة الإنتاجية الفائضة.....75
- التميز في المنتجات داخل الصناعة.....75
- انواع الصناعات.....76
- مقومات الإنتاج الصناعي.....77
- أهم المناطق الصناعية في العالم.....78
- صناعة المعلومات.....81
- مفهوم صناعة المعلومات.....81
- أهمية صناعة المعلومات.....82
- تقسيمات صناعة المعلومات.....82
- تسويق المعلومات.....83

الفصل الرابع التسويق الصناعي

- مفهوم التسويق الصناعي.....87
- خصائص التسويق الصناعية.....87
- تصنيف المنتجات الصناعية.....88
- أهمية التسويق الصناعي الوطني.....89
- سمات التسويق الصناعي.....89
- دراسة السوق الصناعية.....90
- مراحل عملية الشراء في الوسط الصناعي.....91
- طبيعة السلع المحددة للمزيج الترويجي.....91
- السلع الصناعية.....92

- الفصل الخامس

- التسويق الخدمي للأعمال

- تعريف الخدمة.....95
- تعريف التسويق الخدمي.....95
- السلعة الخدمة.....95
- أهمية الخدمات.....96
- خصائص التسويق الخدمي.....97
- تصنيف الخدمات.....97
- مراحل تطور الخدمة.....100
- أنواع التسويق الخدمي.....101
- العوامل المؤثرة في التسويق الخدمي.....104

- 106..... - المزيج التسويقي للخدمات
- 111..... - تسويق الخدمة في مؤسسات الأعمال
- 112..... - التسويق ضمن مؤسسات الخدمة
- 113 - التسويق في مؤسسة غير الأعمال (التي لا تهدف إلى الربح)
- 113..... - إستراتيجيات تسويق مؤسسات الخدمة
- 114..... - تسويق الاعمال المصرفية
- 114..... - مفهوم التسويق المصرفي
- 114..... - أهمية التسويق المصرفي
- 114..... - أهداف التسويق المصرفي
- 115..... - تخطيط التسويق المصرفي
- 118..... - استراتيجيات التسويق المصرفي

الفصل السادس

تجزئة اسواق الاعمال الصناعية

- 125..... - مفهوم تجزئة السوق
- 126..... - عناصر السوق
- 126..... - تعريف الأسواق الاستهلاكية
- 126..... - تعريف الأسواق الصناعية
- 126..... - تعريف المنتجين
- 127..... - اركان السوق

- 127..... - مراحل تجزئة السوق
- 128..... - الأسس المستخدمة في تجزئة سوق الأعمال الصناعية
- 129..... - أسس تجزئة أسواق الأعمال الصناعية
- 137..... - استراتيجيات الأسواق المستهدفة في الأعمال الصناعية
- 138..... - أهمية تجزئة السوق الصناعي
- 139..... - أهداف تجزئة السوق
- 140..... - فوائد تجزئة السوق
- 140..... - أساليب تجزئة سوق المستهلك
- 141..... - متطلبات تقسيم السوق
- 141..... - معايير تجزئة السوق
- 142..... - عوامل اختيار أساس التجزئة للسوق
- 142..... - تجزئة أسواق الأعمال - الأسواق الصناعية

الفصل السابع

علم النفس الصناعي

- 147..... - تطور علم النفس الصناعي
- 148..... - مفهوم علم النفس الصناعي

- اهتمامات علم النفس في المجال الصناعي 149
- أهداف علم النفس الصناعي 149
- سيكولوجية التوافق 151

الفصل الثامن

نظام تسويق الاعمال

- مفهوم تسويق الاعمال 163
- مفهوم تصميم الأعمال 163
- تحليل العمل 163
- استراتيجيات - أساليب تصميم العمل 146
- تصميم العمل على أساس الجماعة/ الفريق 166
- نظام تسويق الاعمال 167
- أهمية دراسة تسويق الاعمال 169
- تسويق الاعمال وتسويق الاستهلاكي 170
- تعريف الاستهلاك 170
- تعريف حماية المستهلك 171
- أهمية دراسة سلوك المستهلك 171

- دور نظام تسويق الاعمال في تحديد مواصفات منتج المستهلك.....172

الفصل التاسع

الزبون والمهندس الصناعي في الاعمال الصناعية

- أولاً: زبون الاعمال.....179

- مفهوم زبون الاعمال.....179

- العوامل التي تؤثر على زبون الاعمال.....179

- ثانياً : المهندس الصناعي.....182

- الهندسة الصناعية182

- تعريف الهندسة الصناعية182

- تعريف المهندس الصناعي.....183

- المواد المقررة في خطة الهندسة الصناعية.....184

- مجالات الهندسة الصناعية.....187

- عمليات الإنتاج188

- دور المهندس الصناعي في تصميم موقع العمل.....188

- دور المهندس الصناعي.....189

- مجالات عمل المهندس الصناعي والمهام المترتبة عليه.....190

- اهتمامات ومجالات عمل الهندسة الصناعية.....197

- إهتمامات المهندس الصناعي الحديثة.....198

الفصل العاشر

الأمن الصناعي والانتاجي

المخاطر التي قد يتعرض لها العاملون واحتياطات السلامة الواجب

اتباعها.....203

- أولاً : المخاطر الفيزيائية.....203
- الاشتراطات الواجب توافرها لوقاية العاملين من أضرار المخاطر الفيزيائية (الطبيعية).....209
- ثانياً : المخاطر الهندسية.....211
- اشتراطات السلامة والصحة المهنية الواجب توافرها لوقاية العاملين من مخاطر المواد الكيميائية.....210
- الأمن الصناعي وأثره على الكفاءة الإنتاجية.....229
- مفهوم الكفاءة الإنتاجية.....229
- تأثير يؤثر الأمن الصناعي على الكفاءة الإنتاجية.....230

الفصل الحادي عشر

المنتج والتسعر الصناعي

- أولاً: المنتج الصناعي.....235
- مفهوم المنتج.....235
- مفهوم مزيج المنتج.....235
- مفهوم السلع والخدمات الاستهلاكية.....235
- مفهوم المنتج الصناعي.....235
- مستويات المنتج.....236
- أبعاد مزيج المنتج الصناعي.....236
- إستراتيجية تطور المزيج.....236
- المزيج القصير المدى والطويل المدى للمنتج.....237
- تحليل محفظة المنتج.....237

- 238..... - دورة حياة المنتج
- 240..... - إدارة منتج الاعمال
- 241..... - مقارنة بين إدارة المنتج وإدارة السوق
- 245..... - السلع والمنتج الصناعي
- 245..... - استراتيجيات المنتجات الصناعية
- 251..... - ثانياً: التسعير الصناعي
- 251..... - مفهوم السعر
- 251..... - أهداف التسعير
- 252..... - العوامل المؤثرة في التسعير
- 252..... - العوامل التي تؤثر في استراتيجية التسعير الصناعي
- العوامل التي تحد من قابلية المنافس في الرد على تخفيضات
259..... الأسعار
- 262..... - الطرق والأنماط المتبعة في تحديد السعر بالمنشآت الصناعية
- قائمة المراجع

- 238..... - دورة حياة المنتج
- 240..... - إدارة منتج الاعمال
- 241..... - مقارنة بين إدارة المنتج وإدارة السوق
- 245..... - السلع والمنتج الصناعي
- 245..... - استراتيجيات المنتجات الصناعية
- 251..... - ثانياً: التسعير الصناعي
- 251..... - مفهوم السعر
- 251..... - أهداف التسعير
- 252..... - العوامل المؤثرة في التسعير
- 252..... - العوامل التي تؤثر في استراتيجية التسعير الصناعي
- العوامل التي تحد من قابلية المنافس في الرد على تخفيضات
الأسعار..... 259
- 262..... - الطرق والأنماط المتبعة في تحديد السعر بالمنشآت الصناعية
- قائمة المراجع