

# مبادئ التسويق الأساسي

نادية هيمة

جمال بن عروس

مسعود طحطوح



## المحتويات

7	المقدمة.....
<b>الفصل الأول: نشأة وتطور فلسفة التسويق</b>	
11	أولاً- نشأة التسويق ( المفهوم، الأهمية، الأهداف- العناصر الأساسية للعلمية التسويقية).....
20	ثانياً- مراحل تطور التسويق ( الإنتاجي- البيعي- التسويقي - الاجتماعي).....
25	الهوامش والإحالات.....
<b>الفصل الثاني: الإدارة والبيئة التسويقية</b>	
29	أولاً- البيئة التسويقية.....
35	ثانياً- الإدارة التسويقية.....
41	الهوامش والإحالات.....
<b>الفصل الثالث: نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق</b>	
45	أولاً- نظم المعلومات التسويقية.....
52	ثانياً- بحوث التسويق.....
59	الهوامش والإحالات.....
<b>الفصل الرابع: دراسة وتجزئة السوق</b>	
63	أولاً- دراسة السوق.....
68	ثانياً- تجزئة السوق.....
74	الهوامش والإحالات.....
<b>الفصل الخامس: سلوك المستهلك</b>	
77	أولاً- ماهية سلوك المستهلك.....
96	ثانياً- قرار الشراء.....
101	الهوامش والإحالات....."

## الفصل السادس : عناصر المزيج التسويقي وسياساته

107	.....أولاً- المنتج
118	.....ثانياً- التسعير
126	.....ثالثاً- التوزيع
132	.....رابعاً- الترويج
141	.....الهوامش والإحالات

## الفصل السابع : بعض الاتجاهات الحديثة في التسويق

146	.....أولاً- الاتجاه نحو الاحتفاظ بالعميل وبناء علاقات معه
152	.....ثانياً- التنسيق والتكامل بين وظائف المؤسسة والوظائف التسويقية
161	.....ثالثاً- التوجه الاجتماعي
165	.....الهوامش والإحالات
167	.....قائمة المراجع