

برنامج مبادئ التسويق للسنة الثانية علوم
تجارية

إعداد: أ/ش. عمراني

1) أهداف المادة:

يهدف البرنامج الى تعريف الطالب بالإطار العام للتسويق وأهدافه بالإضافة الى كيفية توفير المعلومة التسويقية لمتخذي القرار التسويقي داخل المؤسسة وذلك من خلال:

- أ- التعرف على مفاهيم التسويق وأنشطته.
- ب- توفير للطالب المهارات الأساسية في التعرف على أهم أنشطة ادارة التسويق.
- ت- التعرف على المصطلحات الأساسية للتسويق.
- ث- فهم العلاقة بين أنشطة التسويق والإنتاج.
- ج- فهم العلاقة بين التسويق والمجتمع.
- ح- كيفية اتخاذ القرارات التسويقية.

2) الكفاءة: تمكين الطالب على فهم التسويق وأهدافه والمبادئ العامة التي تحكمه.

3) مستوى الأداء المطلوب: هو أن يحصل الطالب على معلومات تسويقية تؤهله الى فهم مواد التخصص في شعبة التسويق لاحقا ويمكن أن تصل هذه الكفاءة بنسبة 80 الى 90%.

4) كيفية تحقيق الكفاءة:

- أسئلة عامة حول المادة.

- بحوث تعد من قبل الطالب.
 - حلقات النقاش بين الأستاذ والطلبة.
- ولنتمكن من تحقيق أهداف البرنامج فقد تم تقسيمه الى فصول رئيسية وهي كما يلي:

الفصل الأول: مبادئ عامة

- ماهية التسويق
- أنشطة التسويق.
- تطور مفاهيم وتعريفات التسويق
- الاهتمام الحديث بالتسويق.

الفصل الثاني: منهج دراسة التسويق

يمكن دراسة التسويق بإتباع مجموعة من المناهج

أولاً: تحليل السلع المختلفة أو مجموعات السلع أي المنهج السلعي.

ثانياً: تحليل مشكلات وعمليات المؤسسة التسويقية المختلفة أي منهج المؤسسات.

ثالثاً: تحليل الوظائف أو الأنشطة التي تؤدي في التسويق أي المنهج الوظيفي.

الفصل الثالث: دراسة القوى المؤثرة في الاستهلاك

- تعريف المستهلك النهائي.

- تعريف المستعمل الصناعي.

ومن خلال التعريفين السابقين تقسيم السلع الى مجموعتين:

• مجموعة السلع الاستهلاكية.

• مجموعة السلع الصناعية.

أهم القوى المؤثرة في الاستهلاك:

- عدد السكان.

- توزيع السكان جغرافياً.

- التوزيع وفقاً للسن.

- التقسيم وفقا للجنس.
- مستوى التعليم.
- الحالة الزوجية.
- حجم الأسرة.
- توزيع الدخل.

الفصل الرابع: دراسة دوافع الشراء ومشكلاته عند المستهلك

1. الدوافع:

- أ- دوافع الشراء في ظل مراحل تصرف المستهلك.
- ب- دوافع الشراء في ظل سلوك المستهلك.

2. مشكلات المستهلك في الشراء وسبل معالجتها.

الفصل الخامس: الدراسة التسويقية لمجموعات السلع وكيفية تسويقها

- سلع المستهلك النهائي وخصائصها.
- سلع المستعمل الصناعي وخصائصها.

الفصل السادس: سياسات المنتج

ونتناول فيه

- خط المنتجات.
- تقرير الأشكال المختلفة التي تكون عليها السلع.
- حجم السلع.
- شكلها ولونها وسعرها.

الفصل السابع: تطوير المنتج

- دورة حياة المنتج.
- تقديم المنتجات الجديدة.
- تسويق الخدمات.

