

عرض التكوين لمقياس الأساليب الكمية في التسويق 1

عنوان الماستر: تسويق

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم أساسية

الرمز: وت أس 1.1

اسم المادة: الأساليب الكمية في التسويق

الرصيد: 04

المعامل: 02

أهداف التعليم:

من خلال هذا المقياس سيكون الطالب قادرا على تطبيق الأساليب الكمية في مختلف العناصر والعمليات التسويقية.
المعارف المسبقة المطلوبة:

أساسيات التسويق 1 و2، الإحصاء 2 و3، بحوث العمليات.

محتوى المادة: مدخل للمنهج الكمي في التسويق .

1. التنبؤ بمبيعات المنتجات الجديدة

2. التخطيط لبرنامج تسويقي: المسار الحرج CPM

3. تحليل الصراع في السوق: نظرية الألعاب

4. تسويق الخدمة: نظرية خطوط الانتظار

5. تحليل قناة التوزيع: نماذج النقل والتوزيع

6. تحليل التسويق الرقمي Digital Marketing Analytics

طريقة التقييم:

تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة(40%)

المراجع:

1. الصميدعي محمود و ردينة عثمان يوسف، الأساليب الكمية في التسويق، دار المناهج للنشر ، عمان، 2006.
2. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، الأساليب الكمية التطبيقية في إدارة الأعمال، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2008
3. مؤيد الفضل " الأساليب الكمية في الإدارة " دار اليازوري ، عمان ، 2004
4. النعيمي، محمد، وطعمة، حسن الإحصاء التطبيقي ، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008
5. بن لخضر محمد العربي " مدخل الأساليب الكمية في التسويق" دار النشر الجامعي الجديد 2021