

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فريق ميدان التكوين

الشعبة: علوم التسيير التخصص: علوم التسيير

المقياس: تسويق

الأستاذ: رشيد محمدي

السداسي: الرابع

السنة: الثانية تسيير

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس

المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)	محاور البرنامج (الفصول)	الأسابيع*
1- تمهيد : شرح بعض المصطلحات:(الحاجة، الرغبة، الطلب، السوق، المنتج، التبادل،..) 2- تعاريف التسويق :-بعض التعاريف كتعريف الجمعية المريكية للتسويق، ستانتون، كوتلر 3- خصائص التسويق 4-منافع التسويق	طبيعة وأهمية التسويق	الأسبوع 01
1- تطور المفهوم التسويقي:التوجه الانتاجي، التوجه السلعي، التوجه البيعي، التوجه التسويقي، التوجه الاجتماعي. 2.التصور التقليدي و التصور الحديث للتسويق. مع الإشارة لأهمية التسويق و تعاضم هذه الاهمية في المؤسسة. 3. سيرورة التسويق: تسويق الدراسة، التسويق الاستراتيجي(تجزئة ، استهداف السوق و التموقع)، التسويق العملي.	طبيعة وأهمية التسويق	الأسبوع 02
1. ماهية المحيط ، أنواعه 2.البيئة التسويقية الجزئية 3.البيئة التسويقية الكلية.(شرح طريقة PESTEL).	المحيط و السوق	الأسبوع 03
1.دراسة السوق : 2.أنواع دراسة السوق: الدراسة الوثائقية، الكمية والكيفية.	المحيط و السوق	الأسبوع 04
1. تعريف المستهلك و سلوك المستهلك 2دراسة عوامل الاستهلاك و. دراسة دوافع الاستهلاك. 3.خطوات عملية الشراء لدى المشتري النهائي 4 خطوات عملية لدى المشتري الصناعي.	سلوك المستهلك	الأسبوع 05

1.العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك.(الثقافة، الطبقات الاجتماعية، الجماعات المرجعية.....) 2.عملية تبني منتج جديد في السوق.	سلوك المستهلك	الأسبوع 06
1. تعريف تجزئة السوق، قطاع السوق، المعيار. 2.إختيار معيار أو معايير التجزئة . 3. كيف نجزأ السوق وأهم استراتيجيات الاستهداف(ciblage). 4.أهم المعايير المستخدمة في التجزئة(أمثلة عن الأسواق)	تجزئة السوق.	الأسبوع 07
1المنتج: تعريف، مستوياته، التصنيف، التشكيلة، دورة حياة المنتج، العلامة، الغلاف، الضمان، خدمات ما بعد البيع.	المزيج التسويقي.	الأسبوع 08
1. السعر: تحديد السعر، استراتيجيات التسعير	المزيج التسويقي.	الأسبوع 09
1.الاتصال التسويقي: تعريف ، الإعلان، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، التسويق المباشر.	المزيج التسويقي.	الأسبوع 10
1.التوزيع: تعريف ، وظائف التوزيع، قنوات التوزيع، العوامل التي تحدد طريقة التوزيع.	المزيج التسويقي.	الأسبوع 11
1.عناصر المزيج التسويقي الموسع (الأفراد، الدليل المادي، العمليات).	المزيج التسويقي.	الأسبوع 12
1.تسويق السلع ذات الاستهلاك الواسع.2.التسويق الصناعي،	أنواع التسويق.	الأسبوع 13
1تسويق الخدمات، 2التسويق الاجتماعي، 3.التسويق الدولي.	أنواع التسويق.	الأسبوع 14
		الأسبوع 15

* يتم اعتماد الأسابيع بناء على الرزنامة البيداغوجية المحددة.

المراجع المعتمدة في المقياس:

- 1- زكريا أحمد عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط2-2009.
- 2- طارق طه، إدارة التسويق، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.
- 3- كاترين قيوي، التسويق الإلكتروني، ترجمة وردية واشد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2008.

3.P.kotler,K.Killer,D.Manceau, **Marketing Management**,15eme Ed, Pearson 2016.

4.Claude demeure, **Aide-Mémoire : Marketing**, 6eme Ed, DUNOD, Paris 2008.

5.Sophie Richard-Lannegrie, **Marketing Book**, DigiSchool commerce , source internet :

<https://www.marketing-etudiant.fr/marketing-box/telechargement/>

أسلوب التقييم في المقياس:

طريقة التقييم 50% تقييم مستمر في الأعمال الموجهة و 50% إمتحان في نهاية السداسي.