**كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية**

**فريق ميدان التكوين**

**الشعبة**: **علوم تجارية**  **التخصص: علوم تجارية**

**الأستاذ: كميليا يزغش المقياس: تسويق**

**السنة : الثانية ليسانس السداسي : الرابع (04)**

|  |
| --- |
| **البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس** |
| **الأسابيع**  | **محاور البرنامج (الفصول)** | **المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)** |
| من الأسبوع 01 إلى الأسبوع.2. | **مدخل إلى التسويق** | -**1المفهوم الضيق للتسويق****2- المفهوم الشامل للتسويق** **3- خصائص التسويق****4- مراحل تطور الفكر التسويقي** |
| من الأسبوع 3 إلى الأسبوع.4 | **محيط القرارات التسويقية** | 1. **الطريقة التسويقية و العناصر البيئية المؤثرة على استراتيجية المؤسسة**
2. **مكونات البيئة الداخلية**
3. **مكونات البيئة الخارجية**
 |
| من الأسبوع 4 إلى الأسبوع5 | نظام المعلومات التسويقية | 1. **تعريف** نظام المعلومات التسويقية
2. **مكونات** نظام المعلومات التسويقية
3. الحاجة إلى نظام للمعلومات التسويقية
4. مجالات بحوث التسويق
 |
| من الأسبوع 6 إلى الأسبوع.7 | **تجزئة السوق** | 1. **مفهوم السوق**
2. **مفهوم التجزئة السوقية**
3. **فوائد تجزئة السوق**
4. **أساليب تقسيم السوق**
5. **معايير تقسييم السوق واختيار الاسواق**
 |
| الأسبوع 8 | **سلوك المستهلك** | 1. **تعريف سلوك المستهلك**
2. **أنواع المستهلكين**
3. **العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك**
 |
| الأسبوع 9 | **المزيج التسويقي: سياسة المنتوج** | 1. **تعريف وانواع المنتج**
2. **دورة حياة المنتج**
3. **المزيج السلعي**
4. **سياسة(تمييز) المنتوج: العلامة، التغليف، الضمان وخدمات مابعد البيع،**
 |
| الأسبوع 10 | **المزيج التسويقي: سياسة التسعير** | 1. **.مفهوم السعر وأهميته**
2. **طرق تحديد السعر**
3. **الدور الاستراتيجي للسعر**
4. **استراتيجبات التسعير**
5. **مراحل اعداد وتحديد استراتيجية السعر**
 |
| الأسبوع 11 | **المزيج التسويقي: سياسة الترويج** | 1. **مفهوم العملية الترويجية**
2. **الاهداف المحتملة لنشاط الترويج**
3. **أهمية الترويج**
4. **المجموعات الترويجية المستهدفة**
5. **العروض الترويجية**
6. **استراتيجيات الترويج والعوامل المؤثرة فيها.**
 |
| الأسبوع 12 | **المزيج التسويقي: سياسة التوزيع** | 1. **تعريف القنوات التوزيعية واهميتها وأهداف عملية التوزيع**
2. **طرق التوزيع**
3. **استراتيجبات التوزيع**
 |

**ملاحظات:**

**بعد الانتهاء من الدروس في الوقت المحدد والظروف الطبيعية ، يتم اضافة محاضرة أخرى .**

**كما أن المحاور الأساسية يتم التوسع فيها في البحوث في الأعمال الموجهة.**