

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسويق

فريق ميدان التكوين

التخصص: تسويق

الشعبة: علوم تجارية

المقياس: الأساليب الكمية في التسويق 1

الأستاذ: جيلح الصالح

السداسي: الأول

السنة: أولى ماستر

المعامل: 2، الرصيد: 6

الوحدة التعليمية: أساسية

أهداف المقياس:

من خلال هذا المقياس سيكون الطالب قادرًا على تطبيق الأساليب الكمية في مختلف العناصر والعمليات التسويقية.

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس		
الأسابيع	محاور البرنامج (الفصول)	محاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)
الأسبوع الأول	مدخل للمنهج الكمي في التسويق	تعريف المنهج الكمي، نشأته وتطوره مراحل المنهج الكمي النموذج: تعريفه وأنواعه، طريقة البناء نظم دعم القرار: تعريفها، مكوناته، أمثلة
الأسبوع الثاني	التنبؤ بمبينات المنتجات الجديدة (المفاهيم الأساسية)	التنبؤ بالمبينات: التعريف، الأهمية، العوامل المؤثرة، المراحل طرق الكيفية للتنبؤ بالمبينات
الأسبوع الثالث	التنبؤ بمبينات المنتجات الجديدة (تابع) (الجانب التطبيقي)	طريقة المتوسطات المتحركة، التمهيد الأسني الطريقة السببية (الاتجاه العام/ الانحدار) طريقة المعاملات الفصلية
الأسبوع الرابع	تحليل الصراع في السوق: نظرية الألعاب (المفاهيم الأساسية)	نظرية الألعاب: أنواع المنافسة، التعريف، التاريخ، المفاهيم الأساسية، أنواع الألعاب نمذجة الألعاب: المبادئ، الفرضيات، النموذج الرياضي مراحل الحل
الأسبوع الخامس	تحليل الصراع في السوق: نظرية الألعاب (الجانب التطبيقي)	بناء مصفوفة الدفع، قواعد السيطرة، مثل حل الرياضي: الاستراتيجية الكاملة والمختلطة حالة لعبة ذات مجموع غير صافي
الأسبوع السادس	تخطيط البرنامج تسويقي: المسار الحرج CPM (المفاهيم الأساسية)	البرنامج التسويقي: التعريف، المكونات، مراحل التخطيط التحليل الشبكي: المصطلحات، الرموز، القواعد، أمثلة

المسار الحرج: التعريف، الخطوات، أمثلة في مجال التسويق حساب الأوقات المبكرة، المتأخرة، والفائض حل مثال	تخطيط البرنامج تسويقي: المسار الحرج CPM (الجانب التطبيقي)	الأسبوع السابع
نظيرية صفوف الانتظار: التعريف، النشأة، الأهمية صفوف الانتظار: النظام، الأنواع، المكونات، الفرضيات	تسويق الخدمة: نظرية خطوط الانتظار (المفاهيم الأساسية)	الأسبوع الثامن
صفوف الانتظار: القوانين الاحتمالية، الصيغ الرياضية التحليل الاقتصادي لصفوف الانتظار: تكاليف الانتظار	تسويق الخدمة: نظرية خطوط الانتظار (الجانب التطبيقي)	الأسبوع التاسع
مسائل النقل: التعريف، الأنواع، شروط الاستخدام، النموذج الرياضي طرق الحل الأولى: الركن الشمالي الغربي، أدنى تكلفة، فوجل (مع أمثلة)	تحليل قناة التوزيع: نماذج النقل والتوزيع	الأسبوع العاشر
الحل بطريقة حجر الوطء: مع مثال الحل بطريقة التوزيع المعدل: مع مثال	تحليل قناة التوزيع: نماذج النقل والتوزيع (تابع)	الأسبوع الحادي عشر
تحليل الرقمي: التعريف الأهمية، المراحل، تحليـل الـويب تحـليل التسويـق الرقـمي: التـعرـيف، المـجالـات، المـقاـيـيس، الأـدوـات	تحليل التسويق الرقمي	الأسبوع الثاني عشر
حل تمارين شاملة	مراجعة عامة في المقياس	الأسبوع الثالث عشر

معايير تقييم الأعمال الموجهة

الفروض: 10 ن؛ العمل الشخصي (واجبات منزلية): 06 نقط؛ الحضور والمشاركة: 04 ن

المراجع

1. مؤيد الفضل، حميد الطائي، الأساليب الكمية والنوعية في ترشيد القرارات التسويقية، دار آمنة للنشر والتوزيع، عمان،الأردن، 2013. مكتبة الكلية: أت/ 4930
2. مؤيد الفضل، مدخل إلى الأساليب الكمية في التسويق: تطبيقات في منظمات الأعمال الإنتاجية والخدمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008. مكتبة الكلية: أت/ 2330
3. حميد عبد النبي الطائي، سماح ولد نجيب، الأساليب الكمية في التسويق، دار اليازوري العلمية، عمان،الأردن، 2022. يوجد في الانترنت
4. مؤيد الفضل، حميد الطائي، الأساليب الكمية والنوعية في ترشيد القرارات التسويقية، دار آمنة للنشر والتوزيع، عمان، دت. مكتبة الكلية: أت/ 4930
5. ديفيد أندرسون، دينيس سوبني، توماس ولیامز، الأساليب الكمية في الإداره، ترجمة محمد توفيق البلقيني، ومرفت طلعت المحلاوي، دار المريخ، الرياض، 2006. مكتبة الكلية: أت/ 1247