

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

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 قادرا على تطبيق الأساليب الكمية في مختلف العناصر والعمليات التسويقية.

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس		
الأسابيع	محاور البرنامج (الفصول)	المحاور 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، مكوناتها، أمثلة
الأسبوع الثاني	التنبؤ بمبيعات المنتجات الجديدة (المفاهيم الأساسية)	التنبؤ بالمبيعات: التعريف، الأهمية، العوامل المؤثرة، المراحل الطرق الكيفية للتنبؤ بالمبيعات السلاسل الزمنية: التعريف، المركبات، الصياغة
الأسبوع الثالث	التنبؤ بمبيعات المنتجات الجديدة (تابع) (الجانب التطبيقي)	طريقة المتوسطات المتحركة، التمهيد الأساسي الطريقة السببية (الاتجاه العام/ الانحدار) طريقة المعاملات الفصليّة
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، مثال الحل الرياضي: الاستراتيجية الكاملة والمختلطة حالة لعبة ذات مجموع غير صفري
الأسبوع السادس	تخطيط البرنامج تسويقي: المسار الحرج CPM (المفاهيم الأساسية)	البرنامج التسويقي: التعريف، المكونات، مراحل التخطيط التحليل الشبكي: المصطلحات، الرموز، القواعد، أمثلة

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

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 أمانة 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. 480 ص. 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 أمانة للنشر والتوزيع، عمان، دت. مكتبة الكلية: أت/4930
5. ديفيد أندرسون، دينس سويني، توماس وليامز، الأساليب الكمية في الإدارة، ترجمة محمد توفيق البلقيني، ومرفت طلعت المحلاوي، دار المريخ، الرياض، 2006. مكتبة الكلية: أت/1247