

## 1. التعريف والمفاهيم الأساسية :

- الفرق بين الاستراتيجي والعملياتي
- السياق والتطورات الحديث :
- الرقمنة
- الاستدامة
- العولمة/التوطين
- البيانات والمقاييس
- العائد على الاستثمار، معدل التحويل، تكلفة الاكتساب .

## 2. المزيج التسويقي :

### المنتج - التصميم والإدارة

- فهم المنتج
- تحليل دورة حياة المنتج .
- الابتكار
- مفهوم المنتج :

التصنيف

الخصائص الرئيسية

الجودة

التصميم

التعبئة

العلامة

- دورة حياة المنتج :

التقديم

النمو

النضج

الانخفاض

- نموذج التقيل والانتشار:
- استراتيجيات المنتج :
- إدارة التشكيلة

### السعر - الاستراتيجيات والتقنيات

- المفهوم والاهمية
- العوامل المؤثرة على قرارات التسعير
- استراتيجيات التسعير
- أساليب وطرق التسعير

## التوزيع - القنوات واللوجستيات

- المفهوم و الأهمية
- أنواع القنوات
- دور التوزيع
- الوظائف
- اللوجستيات :

نموذج:  $EOQ = \text{التكلفة الكلية} = \text{تكلفة الطلب} + \text{تكلفة التخزين}$  .

في الوقت المناسب: تقليل المخزون

- استراتيجيات التوزيع

المكثفة، الانتقائية، الحصرية .

- التوزيع والرقمنة

التجارة الإلكترونية: الأسواق، المباشرة .

اللوجستيات: التتبع، الذكاء الاصطناعي .

الاتجاهات: التوصيل السريع، الاستدامة.

## الترويج - التواصل التسويقي

- المفهوم والأهمية
- المزيج الترويجي
- نموذج AIDA
- استراتيجيات :

الوسائط التقليدية :

الوسائط الرقمية :

القياس :

المقاييس: الانطباعات، نسبة النقر، معدل التحويل .