**مفردات مادة ادارة التسويق / ثاني ادارة الاعمال – الفصل الاول للعام 2016/2017**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ت** | **الموضـــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــوع** | **عدد الساعات** | **الاسبوع** |
| 1- | المفاهيم الاساسية للتسويق | 2 | الاول |
| 2- | أهمية وأهداف التسويق وما الذي يتم تسويقه | 1 | الاول |
| 3- | المفاهيم الاساسية للبيئة التسويقية | 1 | الثاني |
| 4- | خصائص البيئة التسويقية وتفسيماتها | 2 | الثاني |
| 5- | المفاهيم الاساسية لسلوك المستهلك واهمية دراسته | 1 | الثالث |
| 6- | بعض النظريات المفسرة لسلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه ومراحل اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك | 2 | الثالث |
| 7- | المفاهيم الاساسية لسلوك شراء منظمات الاعمال | 1 | الرابع |
| 8- | خصائص السلوك الشرائي لمنظمات الاعمال والعوامل المؤثرة فيه | 2 | الرابع |
| 9- | المفاهيم الاساسية للمنتج وتصنيفاته | 1 | الخامس |
| 10- | دورة حياة المنتج | 2 | الخامس |
| 11- | المنتجات الجديدة وتطوير المنتجات الحالية | 1 | السادس |
| 12- | تمييز وتعليم المنتجات وستراتيجيات المنتج والعوامل المؤثرة فيها | 2 | السادس |
| 13- | مفهوم التسعير واهميته وعلاقته بعناصر المزيج التسويقي الاخرى | 2 | السابع |
| 14- | أهداف التسعير | 1 | السابع |
| 15- | طرق تحديد الاسعار | 2 | الثامن |
| 16- | العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار وتعديل الاسعار | 1 | الثامن |
| 17- | المفاهيم الاساسية للترويج | 2 | التاسع |
| 18- | اهمية واهداف الترويج | 1 | التاسع |
| 19- | عناصر المزيج الترويجي | 2 | العاشر |
| 20- | اساليب اعداد موازنة الترويج | 1 | العاشر |
| 21- | مفهوم واهمية واهداف التوزيع | 1 | الحادي عشر |
| 22- | مفهوم قناة التوزيع واهميتها وكيفية تصميمها وانواع الوسطاء والعوامل المؤثرة في اختيار القناة التوزيعية | 2 | الحادي عشر |
| 23- | المفاهيم الاساسية للمسؤولية الاجتماعية | 1 | الثاني عشر |
| 24- | حقوق المستهلك | 2 | الثاني عشر |
| 25- | المفاهيم الاساسية للتسويق الاخضر | 1 | الثالث عشر |
| 26- | المزيج التسويقي الاخضر واسباب تبني مدخل التسويق الاخضر من قبل المنظمات | 2 | الثالث عشر |
| 27- | المفاهيم الاساسية للتسويق الدولي | 1 | الرابع عشر |
| 28- | ستراتيجيات دخول الاسواق الدولية ومشاكل التسويق الدولي | 2 | الرابع عشر |
| 29- | المفاهيم الاساسية للتسويق الالكتروني | 1 | الخامس عشر |
| 30- | الخصائص المميزة للتسويق الالكتروني ومعوقات استخدامه | 2 | الخامس عشر |