

جدول الدروس

المادة : تسويق و بيع

الإختصاص : أخصائي في التجميل

المستوى : BP

Chapter 1 Defining Marketing and Marketing Processes ❖ What is marketing? ❖ The Marketing Processes • Understanding the market place and customer needs • Designing a Marketing Strategy • Preparing an Integrated Marketing Mix • Building Customer Relationships • Capturing value from customers	الدرس الأول تعريف التسويق و العملية التسويقية ❖ ما هو التسويق ؟ ❖ العملية التسويقية • فهم السوق و حاجات و رغبات المستهلكين • تصميم الإستراتيجية التسويقية • تقديم مزيج تسويقي متكامل • بناء العلاقات مع الزبائن • الحصول على القيمة من الزبائن في المقابل
Chapter 2 Strategic Planning ❖ Steps in strategic planning • Defining a market-oriented mission • Setting company objectives and goals • Designing the business portfolio ❖ Developing an Integrated Marketing Mix • (product, price, place, promotion) ❖ Managing the marketing effort • Marketing Analysis (SWOT) • Marketing Planning • Marketing Implementation • Marketing Control	الدرس الثاني التخطيط الإستراتيجي ❖ خطوات التخطيط الإستراتيجي • تحديد مهمة المنظمة • وضع أهداف و غايات الشركة • تصميم محفظة الأعمال ❖ تصميم المزيج التسويقي • (المنتج ، السعر ، التوزيع ، الترويج) ❖ إدارة الجهود التسويقية • التحليل التسويقي • التخطيط التسويقي • التطبيق أو التنفيذ التسويقي • الرقابة التسويقية
Chapter 3 Analyzing The Marketing Environment ❖ The Micro Environment ❖ The Macro Environment	الدرس الثالث تحليل البيئة التسويقية ❖ البيئة الصغرى (الخاصة) ❖ البيئة الكبرى (العامّة)
Chapter 4 Managing Marketing Information ❖ Marketing Information System (MIS) ❖ Marketing Research ❖ Customer Relationship Management (CRM)	الدرس الرابع إدارة المعلومات التسويقية ❖ نظام المعلومات التسويقية ❖ بحوث التسويق ❖ إدارة علاقات الزبائن
Chapter 5 Consumer Buyer Behavior ❖ Characteristics Affecting Consumer Behavior ❖ Types of Buying Decision Behavior ❖ The Buyer Decision Process ❖ Participants In the Buying Process	الدرس الخامس سلوك المستهلك الشرائي ❖ العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك ❖ أنواع قرارات الشراء ❖ خطوات إتخاذ قرارات الشراء ❖ الأدوار المختلفة للمشاركين في قرار الشراء
Chapter 6 Marketing Strategy ❖ Market Segmentation ❖ Market Targeting ❖ Differentiation and positioning	الدرس السادس الإستراتيجية التسويقية ❖ تقسيم السوق ❖ إستهداف السوق ❖ المكانة أو المركز السوقي

Chapter 7 Products, Services, and Brands ❖ What is product? • Levels of Product and Services • Product and Service Classifications ❖ Product and Service Decisions • Individual Product and Service Decisions (Product Attributes, Branding, Packaging, Labeling, Product Support Services) • Product Mix and Product Line Decisions ❖ Service Marketing	الدرس السابع المنتجات، الخدمات و العلامات التجارية ❖ ما هو المنتج ؟ • مستويات المنتج والخدمات • تصنيفات المنتج و الخدمة ❖ القرارات المتعلقة بالمنتج • القرارات المتعلقة بالمنتج الفردي (خصائص المنتج، تعليم المنتج، الغلاف، بطاقة التعريف، الخدمات الملحقة بالمنتج) • قرارات مزيج المنتجات و خط المنتجات ❖ تسويق الخدمات
Chapter 8 New Product Development Strategy ❖ The New Product Development Process ❖ Product Life Cycle (PLC)	الدرس الثامن تطوير المنتجات الجديدة ❖ عملية تنمية المنتجات الجديدة ❖ دورة حياة المنتج
Chapter 9 Pricing ❖ What Is The Price? ❖ Basis Of determine Price ❖ Pricing Strategies • New Product Pricing Strategies • Product Mix Pricing Strategies • Other Pricing strategies (price adjustment strategies) ❖ Pricing Objectives	الدرس التاسع التسعير ❖ ما هو السعر؟ ❖ أسس تحديد السعر ❖ إستراتيجيات التسعير • إستراتيجيات تسعير المنتجات الجديدة • إستراتيجيات تسعير مزيج المنتجات • إستراتيجيات تسعير أخرى (استراتيجيات تعديل الأسعار) ❖ أهداف التسعير
Chapter 10 Distribution ❖ Distribution Channels ❖ Intermediaries ❖ Role of Distribution Channels ❖ Distribution Channels Levels • Direct Distribution Channel • In Direct Distribution Channel ❖ Channel Design Decisions ❖ Retailing and Wholesaling	الدرس العاشر التوزيع ❖ قنوات التوزيع ❖ الوسطاء ❖ وظائف قنوات التوزيع ❖ عدد و مستويات قنوات التوزيع • قنوات التوزيع المباشرة • قنوات التوزيع الغير مباشرة ❖ قرارات تصميم القناة ❖ تجارة التجزئة والبيع بالجملة
Chapter 11 Marketing Communications and Promotion ❖ The Promotion Mix • Advertising • Sales promotion • Personal selling • Public relations (PR) • Direct marketing ❖ The Communication Process ❖ Steps in developing an effective communications	الدرس الحادي عشر الاتصالات التسويقية و الترويج ❖ المزيج الترويجي • الإعلان • تنشيط المبيعات • البيع الشخصي • العلاقات العامة • التسويق المباشر ❖ عملية الإتصال ❖ خطوات تنمية الإتصالات الفعالة