

مبادئ التسويق

PRINCIPLES OF MARKETING

تهدف هذه المادة إلى تقديم المفاهيم الأساسية للتسويق، ودوره في تحقيق أهداف الشركات من خلال فهم احتياجات العملاء وتقديم القيمة لهم. تغطي المادة العناصر الرئيسية للمزيج التسويقي، مثل المنتج، التسعير، الترويج، والتوزيع، إضافة إلى استراتيجيات التسويق الحديثة وأهميته في الأسواق المحلية والعالمية.

وصف المادة:

تتناول المادة المبادئ الأساسية للتسويق، بما في ذلك تحليل السوق، سلوك المستهلك، استراتيجيات التسعير، وإدارة العلامات التجارية. كما تركز على كيفية تطوير خطط تسويقية فعالة، وتحليل المنافسة، والتكيف مع الاتجاهات الحديثة مثل التسويق الرقمي والتسويق المستدام. يتم تقديم مفاهيم المادة من خلال دراسات حالة وتطبيقات عملية لتعزيز الفهم التطبيقي.

أهداف المقرر:

1. فهم الأسس والمفاهيم الرئيسية في التسويق.
2. التعرف على أهمية التسويق في نجاح المؤسسات وتحقيق رضا العملاء.
3. دراسة عناصر المزيج التسويقي وكيفية استخدامها بفعالية.
4. تحليل سلوك المستهلك ودوافع الشراء وتأثيرها على استراتيجيات التسويق.
5. تطوير مهارات إعداد الخطط التسويقية واتخاذ القرارات التسويقية المدروسة.
6. استكشاف الاتجاهات الحديثة في التسويق مثل التسويق الرقمي والعلامات التجارية المستدامة.

المخرجات المتوقعة:

1. القدرة على فهم وتطبيق مفاهيم التسويق الأساسية.
2. تحليل الأسواق والمنافسة واتخاذ قرارات تسويقية فعالة.
3. تطوير استراتيجيات تسويق ناجحة تعتمد على فهم سلوك المستهلك.
4. تحسين مهارات إعداد وتنفيذ الخطط التسويقية المتكاملة.
5. التعرف على أدوات التسويق الرقمي وكيفية توظيفها في استراتيجيات التسويق الحديثة.
6. تعزيز القدرة على تقييم وتحسين الأداء التسويقي للمؤسسات.