

التسويق MARKETING

وصف المقرر:

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطلبة بالمفاهيم والأسس العلمية للتسويق بوصفه أحد الأنشطة الحيوية في نجاح المؤسسات الحديثة. يتناول المقرر عناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج)، ودورها في تلبية احتياجات المستهلكين وتحقيق الأهداف التنظيمية. كما يركز على دراسة سلوك المستهلك، وبحوث التسويق، واستراتيجيات التسويق المحلية والدولية، مع تحليل اتجاهات السوق والتحديات المعاصرة في بيئة الأعمال المتغيرة.

أهداف المقرر:

- تعريف الطلبة بالمفاهيم الأساسية وأهمية التسويق في المنظمات.
- دراسة عناصر المزيج التسويقي وكيفية استخدامها بفعالية.
- تنمية مهارات تحليل الأسواق وسلوك المستهلكين.
- تمكين الطلبة من إعداد الخطط والاستراتيجيات التسويقية.
- تعزيز القدرة على توظيف التقنيات الحديثة في التسويق.

المخرجات المتوقعة:

- الإلمام بالمفاهيم والمبادئ الأساسية في علم التسويق.
- القدرة على تحليل الأسواق وتحديد الفرص التسويقية.
- تطبيق استراتيجيات المزيج التسويقي لتحقيق الأهداف التنظيمية.
- تصميم وتنفيذ خطط تسويقية متكاملة.
- إعداد تقارير أو مشاريع تطبيقية في مجال التسويق العملي.

المحاور التفصيلية المقترحة:

1. مقدمة في التسويق: المفهوم، الأهداف، والأهمية.
2. تطور الفكر التسويقي والمدارس النظرية.
3. تحليل البيئة التسويقية الداخلية والخارجية.
4. سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة في قرارات الشراء.
5. المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج).
6. بحوث التسويق وجمع البيانات وتحليلها.
7. استراتيجيات التقسيم والاستهداف وتحديد الموقع السوفي.
8. التسويق الإلكتروني والتسويق عبر الوسائل الرقمية.
9. إدارة العلاقات مع العملاء وبناء الولاء.
10. الاتجاهات الحديثة في التسويق المحلي والدولي.