

## شكركم

اعترافا بالفضل لأهله ، و عملاء بقول الرسول صلى الله عليه وسلم :  
" من صنع إليكم معروفا فكافئوه ، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا  
أن كافأتموه "

أتقدم بخالص الشكر والعرفان و عظيم التقدير إلى :

- الأستاذة المشرفة " لويذة قويدر " التي أفادتنا بإرشاداتها و لم تبخل علينا بأدنى جهد  
لمساعدتنا
- جميع الأساتذة الذين أشرفوا على تدريسنا و كافة سبب و صولنا إلى هـذا  
المستوي
- إلى صديقة " راضية بومدين " على المجهودات التي بذلتها في كتابة هذه المذكرة
- إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة أو نصيحة .

## شكركم

" فاطمة \* الزهراء "

## الأمم

- إلى فيض الحنان و معتليه الجنان منبع الرجف و صانعة الود بدون كيان إلى زهرة العطرة بالروض الفواح إلى المبجلة من السماع " أمي "
- إلى روح أغلى مخلوقات الله و أقربهم إلى قلبي " أبي الحنون "
- إلى روح زوجي أختي " ناصر "
- إلى التي كانت سندا و عوننا طوال مشواري الدراسي أختي " الزهراء "
- إلى جميع إخوتي وأخواتي
- إلى العصافير: " سارة ، علاء ، خولة ، زكرياء ، يوسف ، عبد النور ، عبد الحق "
- إلى أختاي اللاتي أحبهما في الله " راضية ، وسيلة "
- إلى بنات خالتي خاصة " تيحة ، ربيعة "
- إلى رفيقات الدرب و صديقات العمر
- إلى من شاركتني هذا الأنجاز صديقتي " الزهراء "
- إلى كل طلبة سنة الرابعة علوم تجارية

## القطر

## المقدمة

- أهدي ثمرة عملي إلى من أنفقت من عمرها ووقتها الكثير لأهنأ و أرتاح " أمي "
- إلى من إحترق في صمت لينير لي درب حياتي " أبي "
- إلى إخوتي الأحباء " غنية ، أمينة ، محمد ، يحيى ، رزيقة ، موسى ، عثمان نعيمة ، عبد الحكيم ، فارس "
- إلى كل الأهل والأقارب خاصة " عمي وعمتي "
- إلى أخواتي ورفيقات دربي في الجامعة واللاتي أحبهن في الله " زهية ، فاطمة سميرة ، حكيمة ، حورية ، حفيظة ، وحيدة ، رزيقة ، فتحية "
- إلى صديقة الدرب التي شاركتني هذا الأنجاز " فاطمة "
- إلى كل مناظلي و مناضلات :
- ❖ الإتحاد العام الطلابي الحر
- ❖ جمعية الأنوار
- ❖ لجنة المسجد

المقدمة

# المحتوى

\* الفهرس

\* القائمة

1-1.....	المقدمة العامة .....
4-1.....	الفصل الأول : ماهية التسويق .....
4-4.....	تمهيد :
14-4.....	المبحث الأول : مدخل إلى التسويق .....
8-5.....	المطلب 1 : تعريف التسويق و أهميته .....
11-8.....	المطلب 2: تطور الفكر التسويقي :
14-11.....	المطلب 3: اهداف التسويق :
21-14.....	المبحث الثاني : السوق والمستهلك :
18-14.....	المطلب 1: تقسيم السوق لقطاعات ، وتحديد السوق المستهدف .....
19-18.....	المطلب 2: سلوك المستهلك النهائي :
21-19.....	المطلب 3: طبيعة عملية إتخاذ القرار الشرائي .....
28-21.....	المبحث الثالث : تنظيم الجهود التسويقية وتنظيمها .....
22-21.....	المطلب 1: العوامل المؤثرة في بناء الهيكل التنظيمي لجهاز التسويق .....
28-22.....	المطلب 2: طرق تنظيم جهاز التسويق :
31-28.....	المطلب الثالث : تقييم الأداء التسويقي :
33-32.....	الخاتمة :
63-33.....	الفصل الثاني : إدارة التسويق .....
33-33.....	تمهيد :
40-33.....	المبحث الأول : إدارة النشاط التسويقي .....
34-33.....	المطلب 1 : تعريف إدارة التسويق:
38-34.....	المطلب 2: المراحل المختلفة لدور التسويق في الشركة :
40-38.....	المطلب 3: المنهج الإداري في إدارة التسويق .....
48-40.....	المبحث الثاني : عملية النشاط التسويقي .....
46-40.....	المطلب 1 : التخطيط وتحليل الفرص التسويقية :

المطلب 2: اختيار الهدف السوقي : ..... 48-46  
المطلب 3: تصميم المزيج وإدارة الجهود التسويقية : ..... 52-48

**المبحث الثالث : الرقابة على النشاط التسويقي : ..... 58-52**

المطلب 1 : تعريف و متطلبات الرقابة : ..... 54-52

الطلب 2: أنواع وعوامل وعملية الرقابة : ..... 58-54

المطلب 3: أساليب الرقابة ومبادئ ومستلزمات الرقابة : ..... 62-58

**الخاتمة : ..... 62**

**الفصل الثالث : بحوث التسويق : ..... 79-63**

تمهيد : .....

**المبحث الأول : مدخل الى بحوث التسويق ..... 64-63**

المطلب 1 : مفهوم بحوث التسويق وأهميتها : ..... 67-64

الطلب 2: أنواع بحوث التسويق : ..... 70-67

المطلب 3: بيئة بحوث التسويق : ..... 72-70

**المبحث الثاني : المنهجية العلمية في بحوث التسويق : ..... 79-72**

المطلب 1 : بحوث التسويق والمنهج العلمي : ..... 73-72

الطلب 2: خطوات بحوث التسويق المنهجية : ..... 79-73

المطلب 3: اتخاذ القرارات التسويقية : ..... 81-79

**الخاتمة : ..... 95-81**

**الخاتمة العامة : ..... 99-95**

**المراجع : ..... الصفحة الأخيرة**

## قائمة الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم
24	تنظيم إدارة التسويق على أساس وظيفي	01
25	تنظيم إدارة التسويق على أساس جغرافي	02
26	تنظيم إدارة التسويق على أساس العملاء	03
27	تنظيم إدارة التسويق على أساس المنتجات	04
37	المراحل المختلفة الدور لإدارة التسويق	05
49	عناصر المزيج التسويقي	06
51	عملية إدارة التسويق	07
71	بيئة بحوث التسويق	08
78	خطوات البحث العلمي	09

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم
12	وظائف التسويق	01
55	أنواع الرقابة التسويقية	02
57	وضع المعايير	03