

إدارة التسويق المعاصر



تأليف
الدكتور أحمد يوسف دودين
جامعة الزرقاء - قسم إدارة الأعمال





قائمة المحتويات

5

المقدمة

الباب الأول إستراتيجيات التسويق

الفصل الأول: مفهوم التسويق الحديث وأهدافه

9

أولاً: طبيعة نشاط التسويق وتطوره

16

ثانياً: مفهوم التسويق الحديث وأهميته في الاقتصاد المعاصر

19

ثالثاً: مهام دائرة التسويق

20

رابعاً: أهمية وأهداف التسويق

الفصل الثاني: ترويج المبيعات

23

أولاً: البيئة التسويقية

28

ثانياً: التخطيط الاستراتيجي للتسويق

32

ثالثاً: إدارة عملية التسويق

الفصل الثالث:

39

أولاً: المزيج التسويقي

56

ثانياً: المنافسة التسويقية

65

الفصل الرابع: سلوك المستهلك

الباب الثاني (الترويج)

85

الفصل الأول: المدخل لدراسة الترويج وأهم قنواته

131

الفصل الثاني: ترويج المبيعات

155

الفصل الثالث: طرق الترويج الفعالة

165 الترويج بواسطة البريد الإلكتروني

الباب الثالث (الإعلان)

191 الفصل الأول: ماهية الإعلان

203 الإعلان كوسيلة للنشر

217 الفصل الثاني: الاتصال الإعلامي وإدارة الحملات الإعلانية

235 الإعلان من خلال البريد الإلكتروني

269 تقييم فعالية الإعلان

274 مصطلحات التسويق والترويج وأهم اعتباراتهم

291 قائمة المراجع