

الدكتور / نصيب مرجم  
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير  
جامعة عنابة

# دراسة السوق

\* المنهاج التسويقي

\* سوق المؤسسة

\* طرق ووسائل

\* سلوك المستهلك

\* دراسة حالة (منتوج صناعي)

\* السوق الخارجي



# فهرس

3	كلمة الناشر
4	مقدمة
13	الفصل الأول سوق المؤسسة
16	1- تعريف السوق
19	2- حجم الاستهلاك
24	3- المستهلك والمشتري الحالي
29	4- أعوان السوق
36	الفصل الثاني المنهاج التسويقي
36	أولاً: التسويق ضرورة
39	ثانياً: أبعاد المصطلح
40	1- النظام التجاري
41	2- توضيح عناصر النظام التسويقي (التجاري)
42	3- التسويق - ظهور المفهوم
43	4- دور الوظيفة التسويقية
45	5- تحليل السوق
48	2.6 - خلاصة
49	الفصل الثالث تحليل سلوك المستهلك
50	1- المتغيرات المفسرة الفردية
53	2- المتغيرات المفسرة الاجتماعية والنفسية
56	3- تحليل سيرورة القرار
67	3.3.5 - خلاصة
69	الفصل الرابع نظرية الأهداف
70	1- دالة المنفعة ودالة الرد
73	2- تحليل نظري للمنفعة
74	3- دراسة مفصلة لمختلف الآثار
77	4- الأصناف الإستراتيجية الأساسية لعملية بعث المنتج
79	5- تحديد أهداف بعث المنتج
81	الفصل الخامس التفرع والتصنيف
84	1- أسس ومنهاج التفرع
85	2- معايير التفرع
87	3- اختيار معايير التفرع أو التجزئة
88	4- واقع التفرع والتصنيف
89	5- تحديد خصائص الأجزاء المحصل عليها

89	6- طرق التفريع أو التجزئة
96	5- استراتيجية تقسيم السوق: الأساليب الإحصائية
99	8- جاذبية المدن الكبيرة والتفريع الجغرافي للزبائن
101	9- تحديد رقم الأعمال الكامن
104	10- خلاصة:
106	<b>الفصل السادس طرق ووسائل دراسة السوق</b>
106	1- إعداد وتبني مشروع لدراسة السوق
108	2- تحليل المعطيات الثانوية
110	3- التحقيقات العادية (بواسطة السير)
117	4- اختيار حجم العينة
118	مثال:
120	5- جوانب تنظيمية لدراسات السوق
121	<b>الفصل السابع دراسات السوق الخارجي</b>
121	1- أهمية وهيكل التجارة الخارجية للجزائر
121	2- سيرورة التسويق الخارجي
123	3- المعايير المعتمد عليها
125	4- التموضع الدولي: تجزئة السوق الخارجي
127	5- طرق تجزئة السوق الخارجي
128	<b>الفصل الثامن تقديم نتائج دراسة السوق</b>
128	1- أهداف ومتطلبات التقرير
130	2- مكونات التقرير
132	3- استخدام الوسائل البيانية في التقرير
133	<b>الفصل التاسع دراسة حالة المنتج الصناعي (دراسة السوق الصناعي)</b>
134	أولا: التعريف بالمؤسسة
136	1- طريقة التصنيع
138	2- مخطط انتقال المنتج
142	3- مصادر التمويل
142	4- القدرات المنجزة
143	5- الوضع الحالي للآلات
144	ثانيا: تحديدات وأهداف
146	ثالثا: دراسة النشاط
146	1- الاستراتيجية التجارية
147	2- السوق
147	3- العرض والمنافسة
148	4- أسعار البيع المطبقة:
148	رابعا: الوظيفة التجارية
148	1- إجراءات البيع
151	2- مهام المسئول التجاري

152	.....	3- مهام مسؤول ائتمان النوعية
153	.....	خامسا: دراسة سوق المؤسسة
154	.....	1- تحليل الطلب
156	.....	2- تحليل العرض
159	.....	* أنواع المنتجات
159	.....	* نوعية السلع والمنتجات
162	.....	* السياسة التجارية
162	.....	* التمييز
162	.....	* الموارد البشرية
163	.....	سادسا: استنتاجات واقتراحات
163	.....	1- الاستنتاجات
164	.....	2- الاقتراحات
167	.....	المراجع
170	.....	الملاحق
194	.....	فهرسنا