

إدارة التسويق

مدخل معاصر

Marketing Management

Modern Approach

الدكتور

عبد الفتاح العزام

أستاذ التسويق المساعد
جامعة الزرقاء

الدكتور

إياد عبد الإله خنفر

أستاذ التسويق المساعد
جامعة الزرقاء

الدكتور

مصطفى سعيد الشيخ

أستاذ التسويق المشارك
جامعة الزرقاء

الدكتور

خالد توفيق العساف

أستاذ التسويق المساعد
جامعة الزرقاء



المحتويات

الصفحة	الموضوع
5	الهدف من الكتاب.....
7	المحتويات.....
9	مقدمة الكتاب.....
32-11	الفصل الأول: مصطلحات ومفاهيم تسويقية جوهرية.....
50-33	الفصل الثاني: عملية إدارة التسويق.....
74-51	الفصل الثالث: تخطيط الأنشطة التسويقية.....
112-75	الفصل الرابع: تنظيم الأنشطة التسويقية.....
126-113	الفصل الخامس: تنسيق الأنشطة التسويقية.....
154-127	الفصل السادس: توجيه الأنشطة التسويقية.....
192-155	الفصل السابع: الرقابة على الأنشطة التسويقية.....
218-193	الفصل الثامن: اتخاذ القرارات التسويقية.....
256-219	الفصل التاسع: التسويق الإلكتروني.....