

السداسي: السادس

وحدة التعليم: الأساسية

المادة: التسويق العملياتي

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تتيح هذه المادة للطالب معرفة جميع التقنيات والتكتيكات والإجراءات التسويقية التي يتم تنفيذها لتحقيق أهداف التسويق الاستراتيجي. فيما يتعلق بالمنتج والسعر والتوزيع والاتصال. كما تجعله على اطلاع بمسائل ضبط وتنسيق المزيج التسويقي، وإنجاح تنفيذ ومراقبة إجراءات التسويقية.

عند الانتهاء من برنامج التسويق العملياتي ، يكون الطلاب قادر على :

- التحكم في مفاهيم الأساسية المتعلقة التقنيات والتكتيكات والإجراءات التسويقية.
- فهم القرارات الاستراتيجية التي تتخذها المنظمات واكتساب القدرة على المشاركة إعداد وتنفيذ التكتيكات التسويقية من خلال عناصر المزيج التسويقي
- استعمال المكتسبات في تحليل وفهم السائل العملية داخل المنظمة.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

محتوى المادة:

المحور الأول مفهوم التسويق العملياتي ومكانته في الإدارة التسويقية

المحور الثاني سياسة المنتج.

المحور الثالث سياسة التسعير.

المحور الرابع سياسة التوزيع.

المحور الخامس سياسة الاتصال.

المحور السادس تنفيذ ومراقبة المزيج التسويقي

طريقة التقييم:

تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

1. Philip Kotler , Marketing Management, Pearson, 2009
2. Jacques LENDREVIE et Denis LINDON (2013), "Mercator", 7° éd., Editions Dalloz, Paris
3. Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose, « Marketing Stratégique et Opérationnel », 7eme édition, Dunod, 2008, Paris, France.