

قسم: التسويق والتجارة الالكترونية		كلية: إدارة الاعمال	
CBMC208	رمز المقرر:	Pricing Policies	
اسم المقرر: سياسات التسعير	المتطلب السابق:	نظري: 3	الساعات المعتمدة: 3
مبادئ التسويق CBFC106	المتطلب السابق:	عملي: -	

التوصيف	
<p>يتعرف الطالب من خلال المقرر على المفاهيم الأساسية لتسعير المنتجات واستراتيجياته المتبعة وما هي الطرق الكمية المستخدمة في تطبيق سياسات التسعير . كما يستعرض هذا المقرر العوامل المؤثرة على التسعير واخلاقيات التسعير. كما يوضح الفرق بين تسعير المنتجات الخدمية والمنتجات الأخرى. كما يناقش المقرر الأثر النفسي للأسعار والاسس الاقتصادية والسلوكية لنظرية التسعير</p>	
المحتوى	
الأسبوع	التوزيع الزمني لمفردات المقرر:
1	ماهية السعر وأهدافه
2	أهداف المنظمة والتسعير
3	التسعير وجودة المنتجات
4	العوامل المؤثرة في قرارات التسعير
5	استراتيجيات التسعير
6	الاختبار الأول
7	سيكولوجية التسعير في الاقتصاد السلوكي
8	التسعير
9	التغيرات الوقتية في السعر
10	مسؤولية تحديد الأسعار
11	التسعير الكمي
12	الاختبار الثاني
13	التسعير والمجتمع
14	تسعير الخدمات والسلع الصناعية
15	تسعير الخدمات والسلع الصناعية
16	الامتحان النهائي

المراجع

1. reference:

Monroe K.B., "Pricing: Making Profitable Decisions", Publisher: McGraw Hill, 3rd Edition, 2003.

2. Periodic and publications: Journal of marketing

عميد كلية إدارة الأعمال
أ.د. محمود طيوب