

كلية: إدارة الأعمال		قسم: التسويق	
اسم المقرر: تسويق الأعمال	رمز المقرر:	CBME202	
الساعات المعتمدة: 3	نظري:	عملي: ----	المتطلب السابق:

التوصيف
<p>يتضمن هذا المقرر التعريف بمفهوم تسويق الأعمال وأهمية ممارسته في مؤسسات الأعمال وخاصة بعد الثورة الصناعية، حيث يركز هذا النشاط على بناء العلاقات مع الشركاء (المنظمات الأخرى) من أجل بيع المنتجات الصناعية والتي تتكون من (مواد خام/مواد أولية/سلع مصنعة الخ) أي بمعنى آخر تسويق المنتجات التي تحتاجها الشركات الأخرى من أجل إنتاج السلع والخدمات، وكذلك ضرورة العمل على تطوير المنتجات وتقديم منتجات جديدة من أجل تحقيق النمو والبقاء للمنظمة من خلال عملية التبادل السلعي والمحافظة على البيئة والمجتمع.</p>
المحتوى
<ol style="list-style-type: none"> 1- مفاهيم التسويق وتسويق منظمات الأعمال. 2- طبيعة التسويق (الصناعي - الأعمال). 3- تجزئة الأسواق الصناعية أو أسواق الأعمال. 4- أنواع المنتجات الصناعية. 5- سلوك المشتري الصناعي. 6- المنتج الصناعي. 7- تسعير/توزيع/ترويج المنتجات الصناعية.
المراجع
<ul style="list-style-type: none"> • د. باسم غدير غدير. (2021)، "الإعلام والتسويق الصيدلاني"، مديرية الكتب والمطبوعات، جامعة تشرين، سورية. • د. باسم غدير غدير. (2018)، "التسويق الإلكتروني"، مديرية الكتب والمطبوعات، جامعة تشرين، سورية. • د. أحمد عبد القادر. (2014)، "التسويق الصناعي"، جامعة تبوك، السعودية. • د. سيد سالم عرفة. (2013)، "التسويق الصناعي"، دار الرابحة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى. • د. ردينة عثمان يوسف، د. محمود جاسم الصميدعي. (2011)، "التسويق الصناعي"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان. • Brennan, R., Canning, L., McDowell, R., (2011) "Business-to-Business Marketing", SAGE Publications • د. هاني الضمور، (2009)، "إدارة قنوات التوزيع"، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن. • د. محمد عباس ديوب. (2005)، "مبادئ التسويق"، مديرية الكتب والمطبوعات، جامعة تشرين، سورية. • فيليب كوتلر. (2002)، "التسويق"، دار علاء للنشر، دمشق، سورية.