|  |  |
| --- | --- |
| **عنوان البحث 1** | * البحث الأول: أهمية التسويق في وقتنا الحاضر
 |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها**  | **- تنامي أهمية التسويق** **- أهمية التسويق في عصر الرقمنة**- **أهمية التسويق في فترة** الكوفيد |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)** | **-كل مراجع التسويق تتعرض للأهمية ،لكن التعمق في تبيان أهميته تستدعي الاستعانة بعدة مقالات ذات الصلة بالموضوع** |
| **عنوان البحث 2** | **علاقة المؤسسة ببيئتها التسويقية** |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها**  | **- مدى تأثير عوامل البيئة التسويقية على المؤسسة****- كيفية تعامل المؤسسة مع دينامكية البيئة** |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)** | **--كل مراجع التسويق تتعرض للبيئة التسويقية** |
| **عنوان البحث3** | **سلوك المستهلك الرقمي** |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها** | **احصائيات عن عدد المستهلكين الرقميين في العالم ككل و في الدول العربية،****مجالات الاستهلاك الرقمي****خصوصية المستهلك الرقمي و كذا سلوكه** |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)** | **مقالات ذات الصلة بالموضوع و يفضل استعمال تلك الأجنبية لأنها الاكثر تطرقا لهذا الموضوع** |
| **عنوان البحث 4** | **علاقة الاستراتيجية التسويقية باستراتيجية المؤسسة** |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها** | **توضيح كيف بإمكان الاستراتيجية التسويقية أن تخدم استراتيجية المؤسسة و العكس** |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية** | **كل مراجع التسويق تتعرض للاستراتيجية التسويقية** |
| **عنوان البحث5** | **المزيج التسويقي** |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها** | **تجتب التعرض النظري لمجمل عناصر المزيج التسويقي لأنه سيتطرق اليها في المحاضرة و انما التركيز على تطور المزيج التسويقي و التفصيل في بعض عناصره كالعلامة التجارية،رمزية الألوان و الأشكال و المواد** |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية** | **كل مراجع التسويق تتعرض للمزيج التسويقي** |
| **عنوان البحث6** | **تسويق الخدمات** |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها** | **المزيج التسويقي الخدمي و زهرة الخدمات** |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية** | **كل مراجع التسويق تتناول تسويق الخدمات الى جانب تلك المعنونة بتسويق الخدمات** |
| **عنوان البحث7** | **التسويق الدولي** |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها** | **اوجه الاختلاف بين التسويق المحلي و الدولي****تطبيق عملي لاستراتيجية تسويق المنتجات على المستوى الدولي** |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية** | **كل مراجع التسويق تتعرض للتسويق الدولي الى جانب تلك المعنونة بالتسويق الدولي** |
| **عنوان البحث8** | **التسويق الأخضر** |
| **العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها** | **دوافع الاهتمام بالتسويق الأخضر****ممارسات التسويق الأخضر****الغسيل الأخضر** |
| **قائمة المراجع المساعدة** **(المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية** | **بعض من مراجع التسويق تتعرض للتسويق الأخضر ،على الطلبة الاطلاع على الرابط المدرج في قائمة المراجع لاثراء العمل** |

ا**لمراجع المنصوح بها**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| الرمز | المؤلف | العنوان |  |
| **ح أ:01633** | الفاغي عبد الجبار | أسس التسويق الحديث |  01 |
| **2394ح أ:** | المساعد زكي الخليل | تسويق الخدمات و تطبيقاته | 02 |
| **ح أ:2O497** | سويدان نظام  | تسويق الأعمال | 03 |
| **ح أ:38098** | نوري منير | سلوك المستهلك المعاصر | 04 |
| **ح أ:37628** | كافي مصطفى يوسف | فلسفة التسويق الأخضر | 05 |
| **DE/08712/02** | Lindon Denis | Le marketing | 06 |
| **DE/00670** | Armonstron Gary | Principe du marketing | 07 |
| **DE/10585** | Malhora Naresh | Etudes marketing | 08 |
| **DE/09931/02** | Sabil Patrick | Réaliser votre étude marketing | 09 |

ا**لمواقع**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| الموقع | طبيعة المحتوى |  |
| [**http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/83e876d5-3c45-45cb-a888-2af03045ca8e/co/Introduction\_module.html**](http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/83e876d5-3c45-45cb-a888-2af03045ca8e/co/Introduction_module.html) | محاضرات-جامعة سويسرا-  | 01 |
| [**https://theses.cz/id/n5zi5j/Mmoire\_de\_licence\_Ga\_parov\_Ema.pdf**](https://theses.cz/id/n5zi5j/Mmoire_de_licence_Ga_parov_Ema.pdf) | رسالة دكتوراه تركز على التسويق الدولي | 02 |
| [**https://www.ummto.dz/dspace/bitstream/handle/ummto/15364/m%C3%A9moire%20final.pdf?sequence=1**](https://www.ummto.dz/dspace/bitstream/handle/ummto/15364/m%C3%A9moire%20final.pdf?sequence=1) | العلامة التجارية | 03 |
| [**https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-luxe/etude-de-cas/marketing-mix-oreal-624711.html**](https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-luxe/etude-de-cas/marketing-mix-oreal-624711.html) | دراسة المزيج التسويقي L’OREAL | 04 |
| [**https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-de-la-distribution/etude-de-cas/strategie-co-marketing-marques-carrefour-danone-323412.html**](https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-de-la-distribution/etude-de-cas/strategie-co-marketing-marques-carrefour-danone-323412.html) | العلامة التجارية :دراسة حالة | 05 |
| [**https://www.youtube.com/watch?v=OxQv8Gd\_-oI**](https://www.youtube.com/watch?v=OxQv8Gd_-oI) | Cash investigation :marketing vert | 06 |