



بسم الله الرحمن الرحيم

المملكة العربية السعودية  
وزارة التربية والتعليم

## ورقة عمل

### التخطيط للحملات التسويقية

#### عنوان الدرس: الفصل الأول والثاني



|                                                                                                          |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| يهدف إلى تأسيس وترسيخ علاقات تبادل تجاري متينة بين الشركة من جهة وممن تباع لهم منتجاتها وخدماتها من جهة. |  |
| دمج أربعة عناصر تسويقية وتُعرف بـ 4PS المنتج والسعر والترويج والمكان                                     |  |
| استراتيجية تشمل أولاً تعريف المستهلكين ثم وضع مزيج تسويقي يلبي حاجات المستهلكين .                        |  |
| عمليات صنع القرار التي يستخدمها المستهلكون والجراءات التي يتخذونها عند شراء المنتجات                     |  |
| قطاع معين من السوق تسعى الشركة لاجتذابه                                                                  |  |

إعداد الأستاذة / فاطمة الغامدي

| الانضباط                     | الإتقان                      | السرعة                       |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/><br> | <input type="checkbox"/><br> | <input type="checkbox"/><br> |
| <input type="checkbox"/><br> | <input type="checkbox"/><br> | <input type="checkbox"/><br> |