



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
☐	☐	☐
☐	☐	☐