



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة المستنصرية
كلية الادارة والاقتصاد
قسم ادارة الاعمال
مرحلة الماجستير
ادارة التسويق

توزيع المفرد والجملة

Retailing and Wholesaling

باشراف ا.م.د. سرمد الشمري

اعداد طلبة الماجستير

لمياء رحيم

تقى علي

هبة بسام

في هذا الفصل سوف ندرس الاسئلة التالية

- ما هي الانواع الرئيسية لوسطاء التسويق الذين يشغلون هذا القطاع ؟
- ما هي التغيرات الرئيسية التي تحدث في بيئة سوق التجزئة الحديث و استجابة تكنولوجيا و هيكل سوق المنافسة ؟
- ما هي القرارات التسويقية التي يقوم بها هؤلاء الوسطاء التسويقيون ؟
- ما هي التوجهات الرئيسية (الميول) التي لدى الوسطاء التسويقيون ؟
- ماذا يحمل المستقبل للعلامة التجارية الخاصة ؟
- ما هي بعض القضايا المهمة عند باعة الجملة ؟
- مع هي بعض القضايا المهمة في الامداد ؟

بيع المفرد



RETAILING

انواع بائعي المفرد



- باعة المفرد ذوي المتاجر

STORE RETAILERS

- بيع مفرد بدون متجر

NONE STORE RETAILING

بيع مفرد من قبل الشركات و الشركات المرخصة

CORPORATE RETAILING AND FRANCHISING

بيئة بيع المفرد الحديثة

THE MODERN RETAIL MARKETING ENVIRONMENT

المنافسة بين المصنّفين و طريقة
المنافسة بين باعة المفرد

دور التكنولوجيا

ROLE OF TECHNOLOGY

MARKETING DECISIONS

-TARGET MARKET

-- CHANNELS

-- PRODUCT ASSORTMENT

-PROCUREMENT

-PRICES

-SERVICES

-- STORE ATMOSPHERE

-- STORE ACTIVITIES AND
EXPENENCES

-- COMUNICATIONS

-LOCATION

قرارات التسويق

- السوق المستهدف

- القنوات

- تشكيلة المنتج

- التدبير

- الاسعار

- الخدمات

- ظروف المحل

- نشاطات و تجارب المتجر

- الاتصالات

- المكان

private labels

العلامة الخاصة



Rde of private

دور العلامة الخاصة

Private – label success factors

عوامل نجاح العلامة الخاصة

WHOLESALING

ثالثاً: بيع الجملة



- اتجاهات بيع الجملة

Trends in wholesaling

MARKET LOGISTICS رابعاً: اللوجستيات السوقية



- أنظمة لوجستيات متكاملة

Integrated logistics systems

- أهداف لوجستيات السوق

Market – logistics objectives

- قرارات لوجستيات السوق

Markt – logistics Decisions