

يقع الكـ ١١١ ١١١١١١١١ : الباب الأول تناول فهم التسويق [ذ تم الحديث فيه عن البعد ١١١١١١١١ للتسويق، وبيئة التسويق.

الباب الثاني تناول تحليل الفرص في السوق إذ تم فيه الحديث عن بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية وأسواق المستهلكين ١١١١ ١١١١ ١١١١١١١١.

الباب الثالث تناول اختيار الأسواق المستهدفة حيث تم فيه الحديث عن قياس الطلب والتنبؤ به وتقسيم الأسواق واستهدافها وبناء ١١١١١١١١ فيها.

الباب الرابع تناول تطوير المزيج التسويقي حيث تم الحديث فيه عن تصميم المنتجات وتسعيرها وتوزيعها والترويج لها.

١١١١ ١١١١ ١١١١١١١١ ناول موضوعات خاصة بالتسويق إذ تم الحديث فيه عن التسويق الدولي وتسويق الخدمات والمؤسسات والأشخاص والأماكن والأفكار وكذلك أيضا تم الحديث فيه عن التسويق والمجتمع حيث تم التركيز فيه على أخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية لهذا النشاط .

ويقع هذا الكتاب في 396 صفحة حيث صدر عن عمادة البحث العلمي في جامعه النجاح الوطنية في العام 2005 .