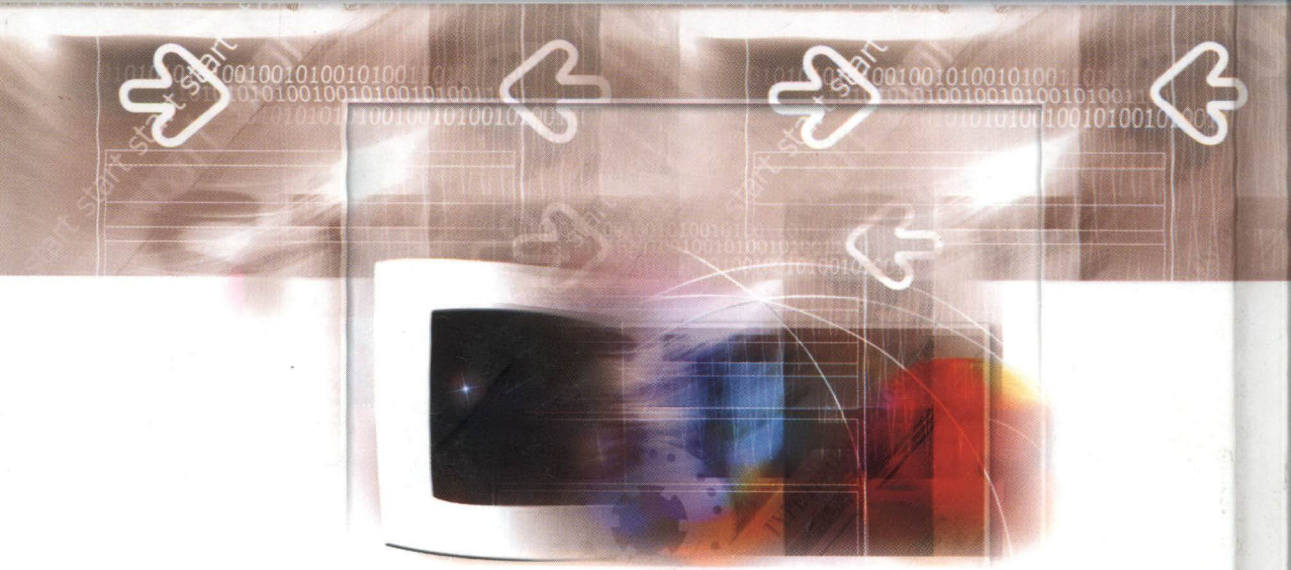


تسويق الخدمات



الأستاذ الدكتور
هاني حامد الضمور
أستاذ التسويق والتسويق الدولي
عميد الدراسات العليا
الجامعة الأردنية



2008

الطبعة الرابعة



تسويق الخدمات

الأستاذ الدكتور

هاني حامد الضمور

أستاذ التسويق والتسويق الدولي

الجامعة الأردنية



الطبعة الرابعة

2008

جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس
Université M'hamed Bougara - Boumerdes

المكتبة الجامعية

رقم الجرد: 0094967

جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس
Université M'hamed Bougara - Boumerdes

المكتبة الجامعية

رقم: 58.81

04 ج48

المحتويات

الصفحة

الموضوع

15	الجزء الأول: ماهية تسويق الخدمات
17	الفصل الأول: مقدمة في صناعة الخدمات
19	- تمهيد
20	- التعريف بالخدمات
21	- الخصائص الرئيسية للخدمات
31	- تصنيف الخدمات وأهميتها
49	- الملخص
50	- أهم المصطلحات
51	- أسئلة وتطبيقات
51	- حالة للتسويق العملي
52	- تطبيقات على الانترنت
52	- المراجع
55	الفصل الثاني: مكانة التسويق في مؤسسات الخدمات
57	- تمهيد
57	- مفهوم التسويق
63	- الأركان الأساسية لمفهوم التسويق
66	- مكانة التسويق في قطاع الخدمات
74	- المزيج التسويقي للخدمات
75	- تعديل المزيج التسويقي للخدمات
82	- الملخص
83	- أهم المصطلحات
84	- أسئلة وتطبيقات
85	- حالة للتسويق العملي
85	- تطبيقات على الانترنت
85	- المراجع
87	الجزء الثاني: تحليل السوق وسلوك المشتري للخدمات
89	الفصل الأول: البيئة التسويقية للخدمات
91	- تمهيد

92	- التعريف بالبيئة التسويقية
94	- الاستجابة لقوى البيئة التسويقية
96	- العوامل البيئية الكلية
109	- الملخص
109	- أهم المصطلحات
110	- أسئلة وتطبيقات
111	- حالة للتسويق العملي
111	- تطبيقات على الانترنت
111	- المراجع
113	الفصل الثاني: بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية.....
115	- تمهيد
116	- أنظمة المعلومات التسويقية في مؤسسات الخدمات
121	- بحوث التسويق
	- أهم الفروقات بين بحوث تسويق الخدمات وبحوث
123	تسويق السلع
128	- بحوث التسويق في مؤسسات الخدمات العامة
131	- الملخص
132	- أهم المصطلحات
133	- أسئلة وتطبيقات
133	- حالة للتسويق العملي
134	- تطبيقات على الانترنت
134	- المراجع
135	الفصل الثالث: سلوك المشتري للخدمات
137	- تمهيد
	- مقارنة بين السلوك الشرائي للخدمات والسلوك الشرائي
138	للسلع
142	- الخيارات المتاحة من الخدمات للمشتريين
146	- دوافع الشراء والحاجات للخدمات
158	- الملخص
159	- أهم المصطلحات
159	- أسئلة وتطبيقات

160	- حالة للتسويق العملي
160	- تطبيقات على الانترنت
161	- المراجع
163	الجزء الثالث: استراتيجية تسويق الخدمات
	الفصل الأول : التخطيط الاستراتيجي التسويقي في مجال
	الخدمات
165	- تمهيد
167	- مفهوم التخطيط الاستراتيجي التسويقي
168	- إجراءات التخطيط التسويقي
169	- تطوير استراتيجية التسويق
171	- الملخص
184	- أهم المصطلحات
184	- أسئلة وتطبيقات
185	- حالة للتسويق العملي
186	- تطبيقات على الانترنت
187	- المراجع
187	الفصل الثاني : تطوير المكانة الذهنية للخدمات
189	- تمهيد
191	- قياس المكانة الذهنية الحالية للمؤسسة
192	- قياس الصورة الذهنية
192	- تحديد المكانة الذهنية للمؤسسة
197	- إعادة تحديد المكانة الذهنية
204	- الملخص
211	- أهم المصطلحات
212	- أسئلة وتطبيقات
212	- حالة للتسويق العملي
213	- تطبيقات على الانترنت
213	- المراجع
214	

الجزء الرابع: قرارات المزيج التسويقي

217	 الفصل الأول: الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية
219	- تمهيد
220	- مفهوم حزمة الخدمة
222	- التمييز بين الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية
225	- تصنيف الخدمات التكميلية
236	- تحويل الخدمات التكميلية الى خدمات أساسية
238	- الملخص
239	- أهم المصطلحات
239	- أسئلة وتطبيقات
240	- حالة للتسويق العملي
240	- تطبيقات على الانترنت
240	- المراجع
243	 الفصل الثاني: الابتكار وتطوير الخدمات الجديدة
245	- تمهيد
245	- تطوير الخدمة (العرض) الجديدة
248	- ابتكار وتطوير الخدمات الجديدة
250	- مراحل تطوير وابتكار الخدمة الجديدة
264	- تبني الاختراعات
271	- الملخص
272	- أهم المصطلحات
273	- أسئلة وتطبيقات
274	- حالة للتسويق العملي
274	- تطبيقات على الانترنت
275	- المراجع
277	 الفصل الثالث: قرارات وسياسات التسعير للخدمات
279	- تمهيد
280	- تأثير خصائص الخدمات على تسعيرها
282	- الأهداف الاستراتيجية التسعيرية وأنواع المؤسسات
285	- التسعير والاستراتيجية التسويقية

289	- طرق تسعير الخدمات
292	- السياسات والتكتيكات السعيرية للخدمات
298	- تطبيق استراتيجيات تسعير الخدمات
300	- الملخص
300	- أهم المصطلحات
301	- أسئلة وتطبيقات
302	- حالة للتسويق العملي
303	- تطبيقات على الانترنت
303	- المراجع
305	الفصل الرابع: قرارات وسياسات الاتصال الترويجي
307	- تمهيد
308	- عملية الاتصال الترويجي
310	- أهداف الترويج
312	- جوانب الاختلافات في ترويج الخدمات
316	- المزيج الترويجي والخدمات
323	- توجيهات عامة لتحسين فعالية ترويج الخدمات
337	- الملخص
337	- أهم المصطلحات
338	- أسئلة وتطبيقات
339	- حالة للتسويق العملي
339	- تطبيقات على الانترنت
340	- المراجع
341	الفصل الخامس: قرارات وسياسات التوزيع
343	- تمهيد
343	- هيكل توزيع الخدمات وتركيبه
346	- طرق توزيع الخدمات
350	- أهداف التوزيع
352	- بدائل استراتيجيات التوزيع
357	- العلاقة بين الاستراتيجية العامة واستراتيجية التوزيع...
359	- اختيار الموقع
362	- اختيار المكان

366	- الابتكارات والتطويرات الجديدة في التوزيع الخدمي....
372	- الملخص
373	- أهم المصطلحات
374	- أسئلة وتطبيقات
374	- حالة للتسويق العملي
375	- تطبيقات على الانترنت
375	- المراجع
377	الفصل السادس: الجمهور والخدمات
379	- تمهيد
380	- دور العاملين في تسويق الخدمات
381	- دور العاملين في المؤسسات ذات الاتصال العالي والمؤسسات ذات الاتصال المنخفض
396	- دور العملاء في تسويق الخدمات
399	- استراتيجيات إدارة العملاء
410	- الملخص
411	- أهم المصطلحات
411	- أسئلة وتطبيقات
412	- حالة للتسويق العملي
413	- تطبيقات على الانترنت
413	- المراجع
415	الفصل السابع: الدليل المادي والخدمات
417	- تمهيد
418	- دور الدليل المادي في تسويق الخدمات
419	- إدارة الدليل المادي
424	- تصميم البيئة المادية للخدمة
426	- خلق البيئة المثالية
435	- الملخص
436	- أهم المصطلحات
436	- أسئلة وتطبيقات
437	- حالة للتسويق العملي
437	- تطبيقات على الانترنت

438	- المراجع
439	الفصل الثامن: العمليات والخدمات
441	- تمهيد
442	- الطبيعة الديناميكية لعملية الخدمة.....
444	- تطوير الخرائط ونماذج التصميم والرسوم البيانية والهندسية
452	- أهمية التوازن بين نظام التسويق ونظام عمليات الخدمة ..
454	- عملية تنفيذ النماذج الفعالة للخدمات
455	- الحلول المقترحة لمشاكل إدارة تشغيل الخدمات
462	- فن النماذج او التصميمات (برامج العمل) المخططات
465	- الملخص
466	- أهم المصطلحات
467	- أسئلة وتطبيقات
468	- حالة للتسويق العملي
468	- تطبيقات على الانترنت
468	- المراجع
469	الجزء الخامس: موضوعات أخرى في تسويق الخدمات
471	الفصل الأول: التسويق الدولي والخدمات
473	- تمهيد
473	- التوجه الدولي للخدمات
474	- دور التكنولوجيا في تسويق الخدمات دوليا
477	- تسويق الخدمات المعتمدة على المعرفة او المعلومات دوليا.
479	- الاستراتيجيات الدولية والخدمات
484	- أسباب التوجه الدولي للخدمات
488	- عوائق الدخول للأسواق الدولية
490	- اختيار نموذج الدخول للأسواق الدولية
493	- الملخص
494	- أهم المصطلحات
495	- أسئلة وتطبيقات
495	- حالة للتسويق العملي
496	- تطبيقات على الانترنت
496	- المراجع

499	الفصل الثاني: الجودة والخدمات
501	- تمهيد
502	- تعريف مفهوم جودة الخدمة
508	- تطوير جودة الخدمة
508	- تقييم جودة الخدمة
509	- كيف يقيم العملاء جودة الخدمة؟
512	- كيف يمكن تقديم خدمة ذات درجة عالية من الاعتمادية؟
518	- إدارة توقعات العملاء وتلبيتها
520	- العوامل المؤثرة على توقعات العملاء
521	- كيفية إدارة توقعات العميل
526	- الملخص
527	- أهم المصطلحات
527	- أسئلة وتطبيقات
528	- حالة للتسويق العملي
528	- تطبيقات على الانترنت
529	- المراجع
531	الفصل الثالث: الإنتاجية والخدمات
533	- تمهيد
533	- تعريف الإنتاجية وطرق قياسها
536	- العلاقة بين الإنتاجية والجودة في مجال الخدمات
539	- كيفية تحسين الإنتاجية في مؤسسات الخدمات
550	- الملخص
551	- أهم المصطلحات
552	- أسئلة وتطبيقات
552	- حالة للتسويق العملي
553	- تطبيقات على الانترنت
553	- المراجع