

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
الإهداء	
الاهداء	
شكر	
الملخص	
قائمة الأشكال	
قائمة الجداول	
مقدمة	أ. - و
الفصل الأول : :الاستراتيجيات التسويقية والميزة التنافسية	
تمهيد	08
المبحث الأول: : مفاهيم عامة حول الاستراتيجية التسويقية	09
المطلب الأول: تعريف الاستراتيجية التسويقية	09
المطلب الثاني : مكونات الاستراتيجية التسويقية	10
المطلب الثالث : صياغة الاستراتيجية التسويقية	12
المطلب الرابع: خطوات الاستراتيجية التسويقية	12
المبحث الثاني : استراتيجيات المزيج التسويقي	16
المطلب الأول: استراتيجية المنتج	16
المطلب الثاني: استراتيجية التسعير	24
المطلب الثالث : : استراتيجية الترويج	30
المطلب الرابع: استراتيجية التوزيع	33
المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية	37
المطلب الأول: تعريف الميزة التنافسية	37
المطلب الثاني: أنواع الميزة التنافسية ومحدداتها	38
المطلب الثالث: مصادر الميزة التنافسية	40

41	المطلب الرابع: الاستراتيجيات التنافسية
43	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة	
45	تمهيد
46	المبحث الأول: منهجية البحث وأدوات الدراسة
46	المطلب الأول: مجال البحث
49	المطلب الثاني: أداة الدراسة
50	المطلب الثالث: صدق و ثبات الاستبانة
52	المبحث الثاني: عرض و تحليل شدة إجابة العينة لمتغيرات البحث
52	المطلب الأول: عرض وتحليل المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة
54	المطلب الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات أفراد العينة والأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
55	المبحث الثالث : تحليل النتائج واختبار فرضيات الدراسة
56	المطلب الأول : عرض وتحليل إجابات أفراد عينة حول مستويات توفر متغيرات الدراسة
64	المطلب الثاني : اختبار فرضيات الدراسة
73	خلاصة الفصل الثاني
75	الخاتمة
79	قائمة المراجع
	الملاحق