



www.massira.jo

أساسيات التسعير في التسويق المعاصر مدخل سلوكي

الأستاذ الدكتور

محمد ابراهيم عبيدات

أستاذ التسويق - قسم التسويق
كلية الأعمال - الجامعة الأردنية



رقم التصنيف : 658.8
المؤلف ومن هو في حكمه : محمد ابراهيم عبيدات
عنوان الكتاب : اساسيات التسعير في التسويق المعاصر
رقم الإيداع : 2004/6/1427
الواصفات : التسويق / ادارة المبيعات
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناسخ

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشترطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system , without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2004م - 1425هـ

الطبعة الثانية 2008م - 1428هـ

الطبعة الثالثة 2014م - 1435هـ

الطبعة الرابعة 2020م - 1441هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج : دائرة الانتاج

www.massira.jo

أساسيات التسعير في التسويق المعاصر مدخل سلوكي

الأستاذ الدكتور

محمد ابراهيم عبيدات

أستاذ التسويق - قسم التسويق
كلية الأعمال - الجامعة الأردنية



محتويات الكتاب

13.....	مقدمة
الفصل الأول	
مقدمة في التسعير	
17.....	- تمهيد
18.....	- دور التسعير في المزيج التسويقي
19.....	- تعريف التسعير
20.....	- مراحل تحديد السعر
20.....	1- أهداف التسعير
24.....	2- دراسة الأسواق المستهدفة
25.....	3- الطلب وجداوله وتقليباته
27.....	4- تحليل الطلب والتكلفة والربح المتحقق
33.....	- أنواع التسعير
38.....	- اختيار طريقة التسعير
38.....	أولاً: التسعير حسب التكلفة
39.....	ثانياً: التسعير حسب الطلب
39.....	ثالثاً: التسعير حسب المنافسة
40.....	- اختيار السعر النهائي
40.....	- أنواع الخصم
41.....	- سياسة التمييز السعري

- 42..... - مسؤولية التسعير
- 44..... - أسئلة للمناقشة
- 46..... - المراجع

الفصل الثاني

تأثير البيئة الاقتصادية في عملية التسعير

- 49..... - تمهيد
- 49..... -1 التسعير في ظل الاحتكار
- 52..... -2 التسعير في ظل احتكار القلة
- 55..... -3 الحرب السعرية
- 57..... -1 سوق المنافسة الاحتكارية
- 58..... -2 سوق المنافسة الكاملة
- 60..... - تأثير التشريعات والقوانين على عملية التسعير
- 61..... - تأثير القدرات الشرائية على عملية تسعير السلع الأساسية
- 61..... - تخفيض أو إنقاص السعر
- 64..... - أسئلة للمناقشة
- 66..... - المراجع

الفصل الثالث

التسعير حسب الدورة الاقتصادية ودورة حياة السلعة

- 69..... - تمهيد
- 69..... - التسعير حسب الدورة الاقتصادية
- 70..... -1 التسعير في مرحلة الانتعاش الاقتصادي
- 71..... -2 التسعير في مرحلة الكساد الاقتصادي

المقدمة

- التسعير حسب دورة حياة المنتج 73
- 1- تسعير المنتج الجديد 73
- 2- تسعير المنتج في (مرحلة النمو) 75
- 3- تسعير المنتج في (مرحلة النضج) 75
- 4- تسعير المنتج في (مرحلة الإنحدار) 76
- أسئلة للمناقشة 77
- المراجع 78

الفصل الرابع

تسعير سلع المستهلك النهائي والصناعي والخدمات (الاعتبارات والمتطلبات)

- تمهيد 81
- اعتبارات أساسية لتسعير سلع المستهلك النهائي 81
- اعتبارات أساسية لتسعير السلع الصناعية 84
- طرق تسعير السلع الصناعية 100
- اعتبارات أساسية لتسعير الخدمات 102
- أسئلة للمناقشة 109
- المراجع 110

الفصل الخامس

التسعير الدولي

- تمهيد 113
- المبادئ العامة للتسويق الدولي والتسعير 114
- المزيج التسويقي الدولي والتسعير 115

- تكاليف التصدير للأسواق الدولية 116
- العوامل المؤثرة على التسعير الدولي 116
- مداخل التسعير الدولي 118
- استراتيجيات التسعير الدولي 120
- التسعير الدولي والتسعير المحلي 123
- أسئلة للمناقشة 125
- المراجع 126

الفصل السادس

دور الدراسات والبحوث في عملية التسعير

- تمهيد 129
- دور السعر في المزيج التسويقي 130
- 1- أهمية البيانات الثانوية في عملية التسعير 130
- 2- أهمية الدراسات الميدانية في عملية التسعير 132
- خطوات البحث التسويقي للسعر 133
- أسئلة للمناقشة 137
- المراجع 138

الفصل السابع

التسعير بين المفهومين الإسلامي والرأسمالي

- تمهيد 141
- أهمية التسعير حسب المفهومين الإسلامي والرأسمالي 145
- المفهوم التسويقي الحديث بين الإسلام والرأسمالية 147
- التسعير بين الإسلام والرأسمالية 152

المقدمة

- أسئلة للمناقشة 173
- المراجع 174

الفصل الثامن

التسعير على الانترنت

- تمهيد 177
- النقد الالكتروني والبطاقات الذكية..... 191
- الانترنت والأسعار 196
- الانترنت والتسويق..... 203
- التجارة الالكترونية..... 207

الفصل التاسع

حالات عملية في التسعير

- المقدمة 217
- 1. التمهيد 217
- 2. أهداف الوحدة 217
- 3. أقسام الوحدة 218
- 4. القراءات المساعدة..... 218
- 5. ما تحتاج إليه لدراسة الوحدة 219
- سلعة ميسرة: الخصائص والتسعير 219
- حالة (1) تسعير سلعة ميسرة..... 221
- سلعة تسويقية: الخصائص والتسعير 222
- حالة (2) تسعير خدمة تسويقية: تأمين السيارات 223

224.....	سلعة معمرة: الخصائص والتسعير.....
226.....	حالة (أ3) تسعير سلعة معمرة: سيارة.....
228.....	حالة (ب3) تسعير سلعة معمرة: الأجهزة الكهربائية.....
229.....	سلعة خاصة: الخصائص والتسعير.....
231.....	حالة (4) تسعير سلعة خاصة: كتاب علمي.....
232.....	سلعة صناعية: الخصائص والتسعير.....
234.....	حالة (5) تسعير أدوات طبية.....
235.....	الخلاصة.....
235.....	إجابات التدريبات.....
236.....	مسرد المصطلحات.....
238.....	المراجع.....