فهرس الموضوعات

الفصل الاول: منهجـية البحـث

المقـــدمـــة: 5

أو لا: الدراسات السا بقة: 7

ثانيا: أهمية البحث: 11

ثالثا: أهداف البحث: 12

رابعا: مشكلة البحث: 13

خامسا: فرضية البحث: 14

سادسا: نموذج الدراسة: 15

سابعا: مجال ونطاق البحث: 16

ثامنا: أسلوب البحث: 16

تاسعا: خطة البحث: 20

هوامش الفصل الأول: 22

الفصل الثاني: المفاهيم الأساسية للتسويق التقليدى

مقدمة: 25

عرض ومناقشة بعض التعاريف والمفاهيم الأساسية للتسويق: 26

عرض المفاهيم الأساسية للتسويق: 31
خلاصة التعريفات والمفاهيم المختلفة: 35
تطور مفهوم التسويق: 36
دور التسويق في خلق المنفعة 42
المنفعة: 43
تعريف إدارة التسويق: 50
تخطيط التسويق: 51
مكانة التسويق في المؤسسة: 52
أسبقية التسويق على الإنتاج: 54
أهداف وأهمية التسويق: 55
خلاصة الفصل: 60
هوامش الفصل الثانى: 61

الفصل الثالث: التسويق الالكتروني «خلفية نظرية»

مقدمة: 63
هوامش الفصل الثالث: 71

الفصل الرابع: تحليل نتائج البحث وإختبار الفرضيات

مقدمة: 73
هوامش الفصل الرابع: 86

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

مقدمة: 87

نتائج إختبارات فروض الدراسة: 87

النتائج العامة للدراسة: 89

توصيات الدراسة: 91

أولا: المراجع العربية: 93

قائمـــة المراجع 93

المصادر الأجنبية: 96

الملاحـــــق 98