

- -

: .

()

-

:

:

:

-

:

-

.....

2017/2016:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرس

المحتويات

.....

:

6..... :

6..... :

8..... :

9..... :

12..... :

12..... :

15..... :

15..... :

18..... :

18..... :

20.....() :

26..... :

33.....

:

35.....

36..... :

36.....() :

39..... :

43..... :

49..... :

49.....() :

54..... :

55..... :

61..... :

61..... :

62..... :

63..... :

64.....

:

66	:
67	:
67	:
69	:
69	:
70	:
70.....	:
71	:
71	:
72.....	:
72.....	:
83	:
84.....	:
85.....	:
87	:
91	:

قائمة

الجدول

والأشكال

10		1.1
48		2.2
72		1.3
73		2.3
74		3.3
75		4.3
76		5.3
77		6.3
78		7.3
79		8.3
79		9.3
80		10.3
80		11.3
82		12.3
82		13.3

17		1.1
22		2.1
37		3.2
40		4.2
45		5.2
57		6.2
73		1.3
74		2.3
75		3.3
76		4.3
77		5.3
78		6.3
81		7.3
83		8.3

مقدمة

:

...

...

."

"

:

:

.1

.2

.3

: -1

:

-1

/ /

-2

.

-3

.

-4

:

-2

.

:

-3

.

:

-4

∴

-

2016- 2015

-

2012- 2011

2004

-

. 2012- 2011 3-

-

: -5

:

-

-

-

.

: -6

.

50

.EXCEL

الفصل الأول

•
•



•
•

•
•

•

•

•

:



:

.

.

.

:

/ /

.

.

: .1

: .2

1.

2.

:

:

.

.

.248

.18-19 -

"

"

"

.1

.2

:



:

.

.

"

)

¹.(

/

"

.

"

•

²."

" Howard

•

" August

•

()

³.

":

.

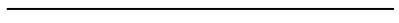
.111 2008

.132 2010

"

"

.



1

2

3

:



:

1.

:

.1

-

-

.

:

.2

-

-

-

-

.

:

.3

2.

.9 2013

.67

"	"	.	.1
"	"	"	2

:



: .4

:

.

-

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

:

1.

.1

:

.

.

.

.

.

()

.2

.

.21

1 ()" " 1

:

:(1-1)

- - - -	- - - - - - - -
- - - -	- - - -
- - - - -	- - -

1 ()" " :

.23

:



.3

.

:



:

.

:

:

:() :

.

.

:

:

: .1

... ..

: .2

.

:



. ():

: :

.

:

: L'information commercial :

.

L'information social: :

.

:

: .1 -

.

.

: : .2

:() .

:

:



:() -

.

.

: :

.

: -

.

:() .

.

: .3

1.

: :

2.

.51 2010 .128-126 -

"() " 1 2

·



·

·

1.

2.

·

3.

·

·

...

·

.118-117 - 2013
.110 2007
.90-87 -

"	"	1
"	"	2
"()"	3

:



:

. : -1
. : -2
: :

.

:

. () .1

. .2

. : .3

: .4

. .5

. .6

. .7

.

:

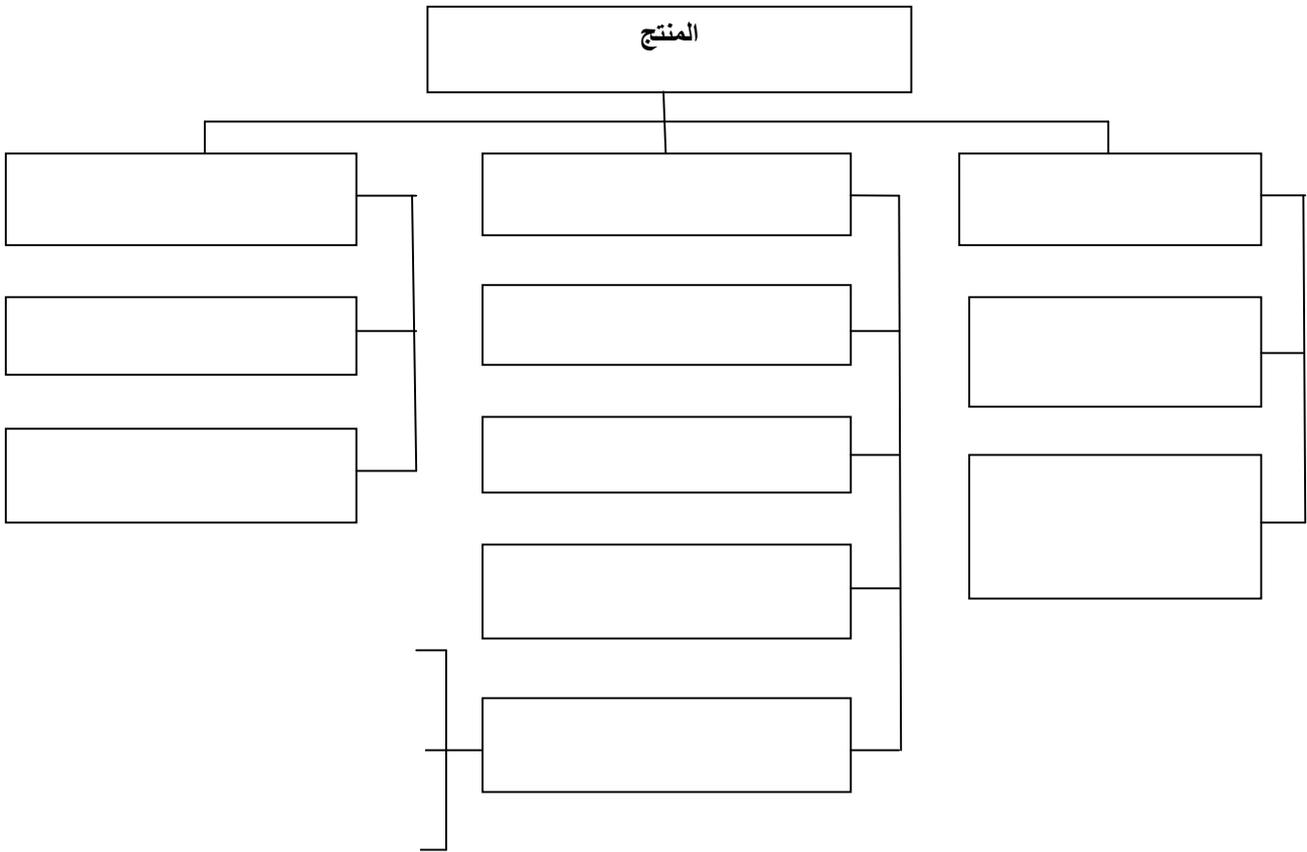
:

:

:

:

:(1-1)



"()"

"

:

.90

:



:

) (...)

(...

:

Lancaster

Adam Smith

:

-1

-2

1890 Bentham 1780 Adam Smith 1771

Marshal

Lancaster

.

:

-1

-2

-3

:

:



$$U=u(x)$$

(x.....x)

:

$$U=u(z)$$

(Z.....Zn)

:

Lancaster

:

$$Z_i = a_{ij} x_j$$

.

:Z_i

.

:A_{ij}

.

:X_i

:

:

$$Z_i = a_{ij} x_j$$

:

$$Z = A \cdot X$$

$$A = a_{ij}$$

$$: a_{ij} \quad m \quad n$$

(j1.....jn)

(i1.....in)

:



:

.

Lancaster

:

.

:

.

:

:

.1

.

.2

.

.3

.

.4

.

.5

1.

()

:

:

:

:

.1

.

⋮



1.

⋮

⋮

⋮

⋮

.2

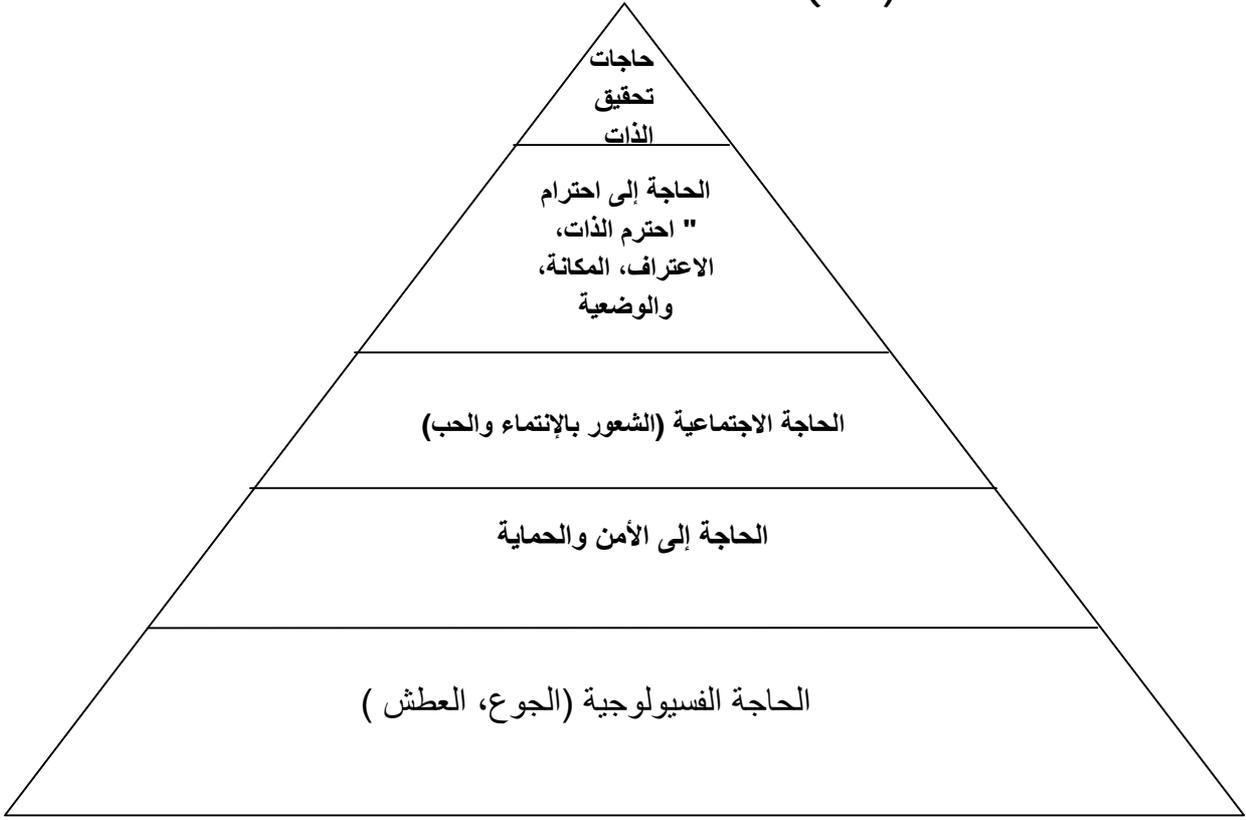
"

"

⋮

:

: (2-1)



.143

"

"

..:

1:

.

.1

.

.2

.

:



: :

"

"

"

"

)

.

(

. . . .

.

1.

:Learning :

:



: .1

1:

: .

:

: -

Pavlov

.

.

.

: -

Skinner

.

: .

:

: -

.



:



:

-

.

:(

):

-

.

:

-

.

.

Personnalité

:

.

:



1.

:

.

.

2.

:

:

:

3.

.

"

.

"

.

"

.

.138-137 - 2012
.92 2001 /
.120-112 -

" " .1
" " .2
()" " .3

:



: .1

:

:

:

: -

.

: -

.

: -

.

: .

.

.

: .

.

.



:

.

:

.

.

.

:

.

.

:

.

.

.

.

Social Class

:

.

"

(Kotler .1997. .173)

...

:



1.

"

2.

) () :

Warner

.() (

:

.

:

.1

.2

.

.3

: :

: .1

:

.

.

.81
.103 2010

" " " .1
" " " .2

:



1.

Extended Family:

.

.

Nuclear Family

.

:

:

:

:



1.

()

2.

. -1
. -2
. -3

3

: -1

: .1

:
:
:

: .2

- 2007 / " " .1
.147 2015 .163 2005 " " .142-141 .2
" " " .3

:



.

.3

1.
.

.40-39 -

"

"

1



:



:

()) (

.

الفصل الثاني

•
•



•
•

•
•

•
•

•
•

•
•

•

•

⋮



⋮

.

.

.

() :

1. ⋮

-

.

-

.

" "

-

.

" "

-

.

2011

" " .¹

.236

:

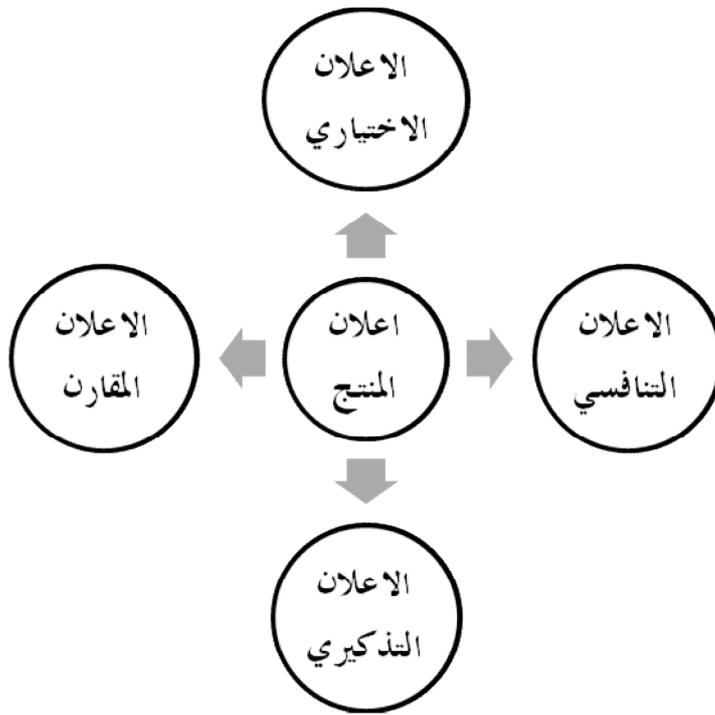
"

1 "

:

:

:(1-2)



19

"

"

:

.19

"

"

.1

:

Information Advertising: .1

.
.
.
.
.
.
.
.
.

: Compétitive Advertising .2

.
.
.
.

1.

: -

: -

: .3

. -

. -

. -

. ... -

:



: .4

.

:

: :

.

" () -

1 "

2 "

" -

" -

"

" -

"

" () -

3 "

:

.254

.102 2006

.242 "

" " .1

" " .2

" " .3

:

.1

.2

·
:
·

(4)

(2-2)

تنشيط المبيعات



تنشيط المبيعات موجه للوسطاء
والاعمال

تنشيط المبيعات الموجه
للمستهلك

2008

"

"

:

.203

() :

.()

⋮

1. ⋮

⋮

⋮ -

.

.

⋮ ⋮ -

⋮ -

.

⋮ -

.

⋮ -

.

.

.

⋮ -

.

⋮ -

2. ⋮

⋮

.

.

() - - ⋮ " .¹

.222-221 - 2002

.240 " " .²

:



:

:

:

1.

": (Frenk Jefkins) -

"

":() -

"

":() -

"

":(Dunn) -

"

2.

.1

.2

.29

.284

"

"

-

"

"

.1

.2

:



.3

1:

.2

:

-

-

-

-

:

-

-

-

-

-

-

-

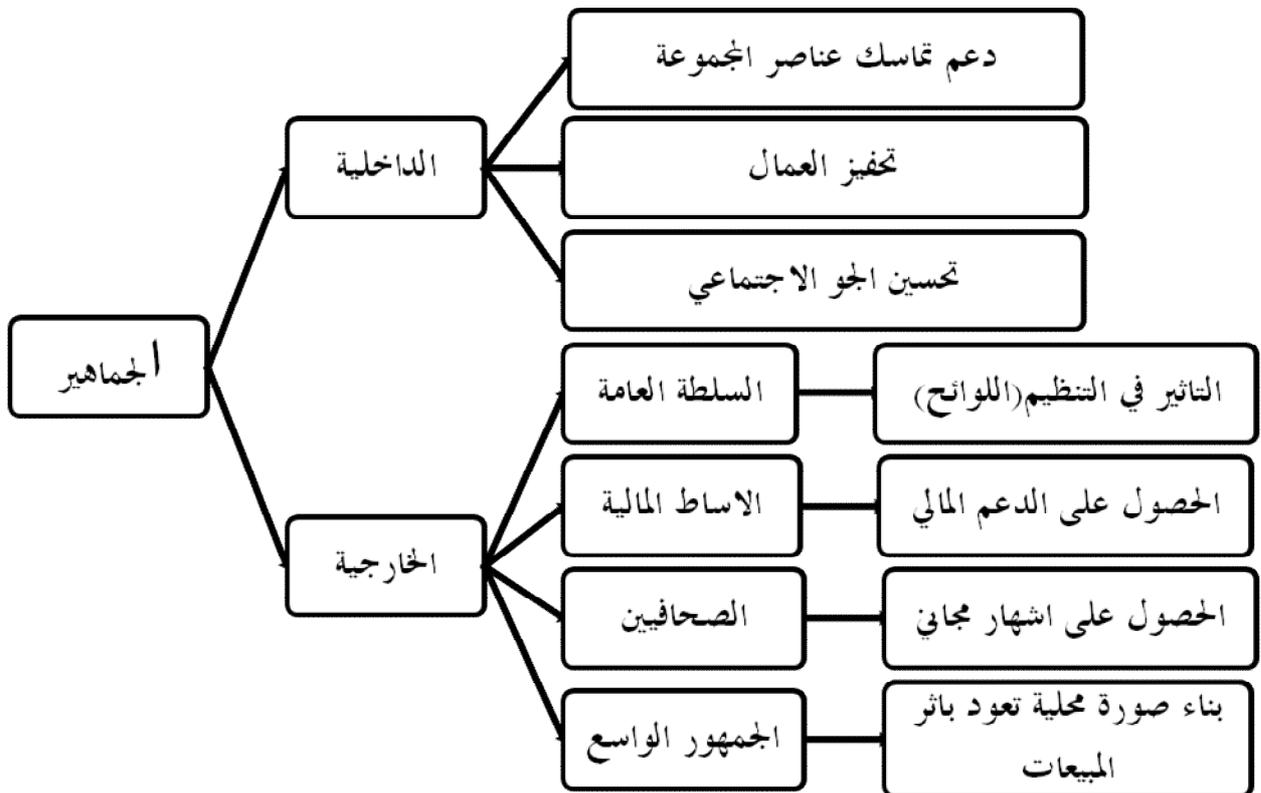
()

.241-240 -

"

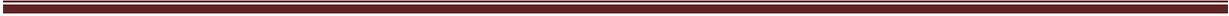
"

.1



Debourg Marie Camille Et autre, Pratique du Marketing OP.CIT P394 :

:



:

:

:

.1

"

-

.

-

.

:

-

.

-

.

-

1.

-

.

2.

"

:

"

.

.

.75-74 -

"

"

1

.36

"

-

"

2

:



:

.2

1:

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

:

.3

:

2009

"

-

"

.¹

.112-111 -

:

:(1-2)

.	
.	
.	

:

:

Debourg Marie Camille Et autre, Pratique du Marketing OP.CIT P274

()* ^{1.}



¹ D.Bertrand-J-Techniques Commerciales Et Marketing-Edition Berti- Alger, 1994, p 182.

:



:

()

:

.

:

.

:

:

:

1:

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.44

1

:



:

. -
. -
. -

. -
1: :

. ()

: :

.

.

.

: :

()

:

.52 " " 1

⋮



•

•

()

•

⋮

⋮

•

•



:

:

1.

:

:

.

:

:

.

•



•

•

•

•

•

•

:



:

.
:
.1

.
:

-

.
-

1.

-

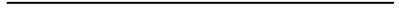
.
-

.
-

.
-

.

" -



" 1
.225 2004

:



:

:

:

.1

1:

-

(...)

.

-

.

-

.

-

.

:

:

:

:

.1

:

-

.

"

.98 2012-2011

"

1

:

:

()

-

.

-

.

-

.

-

1.

:

:

:

.1

:

-

.

-

.

-

:

.2

(Hierarchy Effect Model)

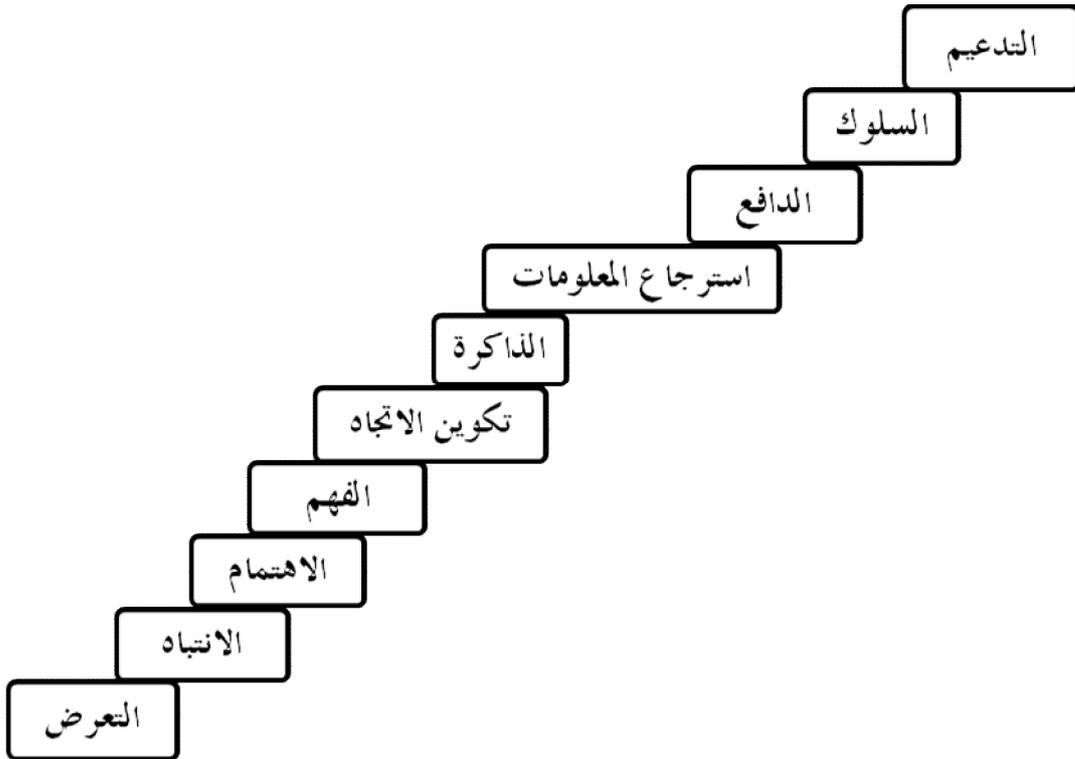
.94 " " 1

:

:

:

(4-2):



:

"

"

.2008-2007

:



:

: .1

.

.

: .2

1.

:

.

-

-

.

-

-

.

-

.

.

.

:

"

"

1

.2008-2007

:



: .3

:

: .4

: .5

: .6

: .7

:() .8

: .9

•
•



•

:



:

:

:

:

:

.1

-

-

:

.2

.

:

:

.3

.

-

.

-

-

.

:

:

.4

.

-

.

-

-

.

:

:

.5

.

-

:

:

.6

:

.4

.

.5

.

:

1.

.

.1

.2

.

.3

2.

.

.4

.5

.

.6

.

.7

.

.8

/

.9

.

.10

/

.11

.

.242 " " 1

" " 2

.76 2001

•
•



•

3

•

الفصل الثالث

•
•



•
•

•

•
•

•

•
•

•

•
•

•

•
•

:



:

.

:

:

:

:(vente en état) -1

.

:(SDK) -2

:

.

-

.

-

.

-

:(CKD) -3

:

.

-

.

-

:



:

) .

(.....

:

:

. () -1
. -2
. -3
. -4
. -5
. -6
. -7
. -8
. -9
. -10
. -11

:



:

.

:

:

:

20

:

-1

.

:

-2

"

"

50

50

%100

.

:

:

..

.

•
•



•
•

•
•

•

•

•
•

•
•

•
•

•

•

•
•

•

•
•

•

:



:

(Excel)

:

:

: -1

:(01-03)

2	%30	15	
1	%70	35	
/	%100	50	

:

%70

15 %30

50

35

:

:(01-03)

:



:

(2-3) : -2

1	%46	23	20 30
2	%30	15	30 40
3	%16	08	40 50
4	%08	04	50

:

/	%100	50	
---	------	----	--

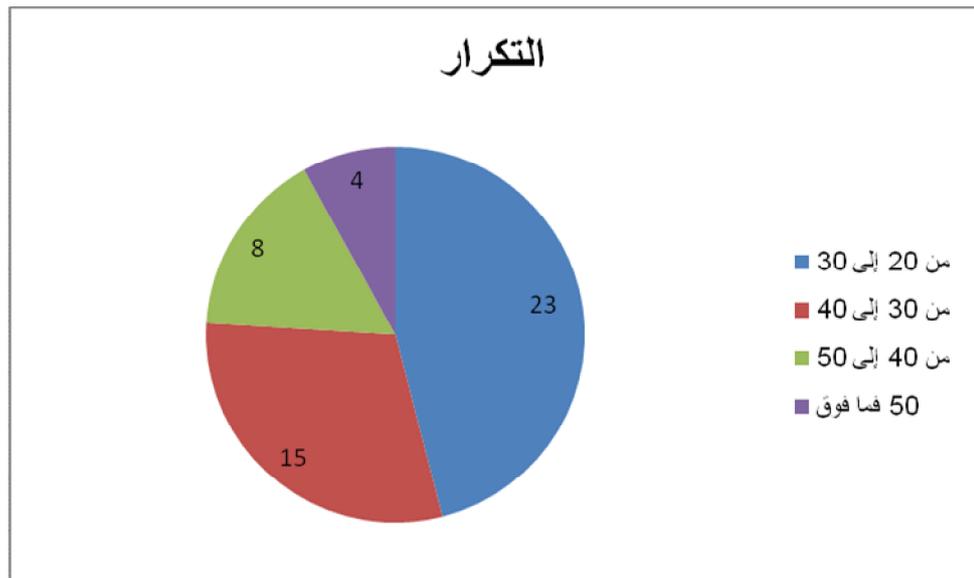
:

-20)

%30 (40-30) %46 (30
 . %8 %16 50 (50-40)

:

:(2-3)



:

: -3

:(3-3)

--	--	--	--

:

4	%2	01	
3	%12	06	
2	%26	13	
1	%60	30	
/	%100	50	

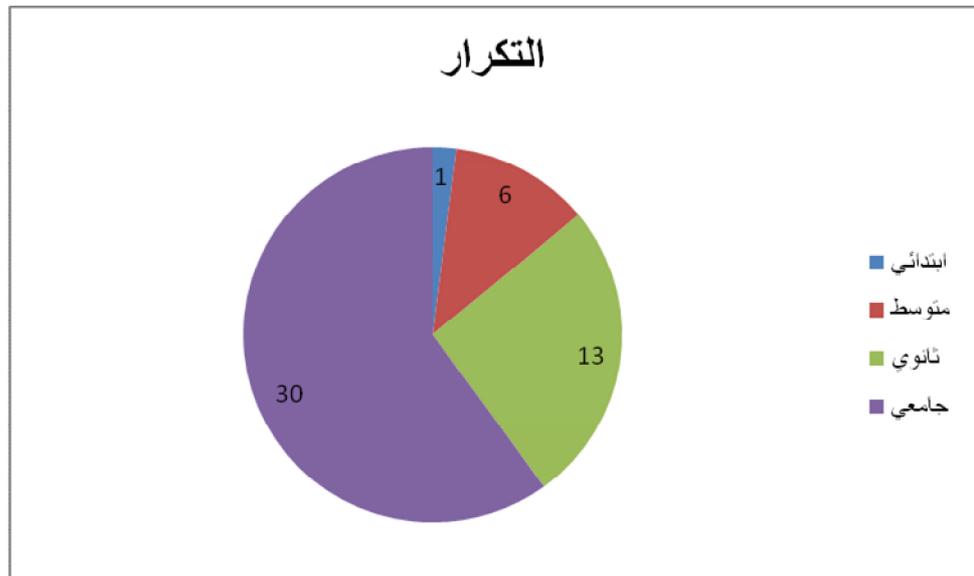
:

%60

%2 %12

%26

:(3-3)



:

: -4

:

:(4 3)

3	%08	04	
2	%16	08	
1	%62	31	
4	%06	03	
3	%08	04	
/	%100	05	

:

%16

%62

%.6

%8

(4 3)

:



:

:

:(5-3)

:

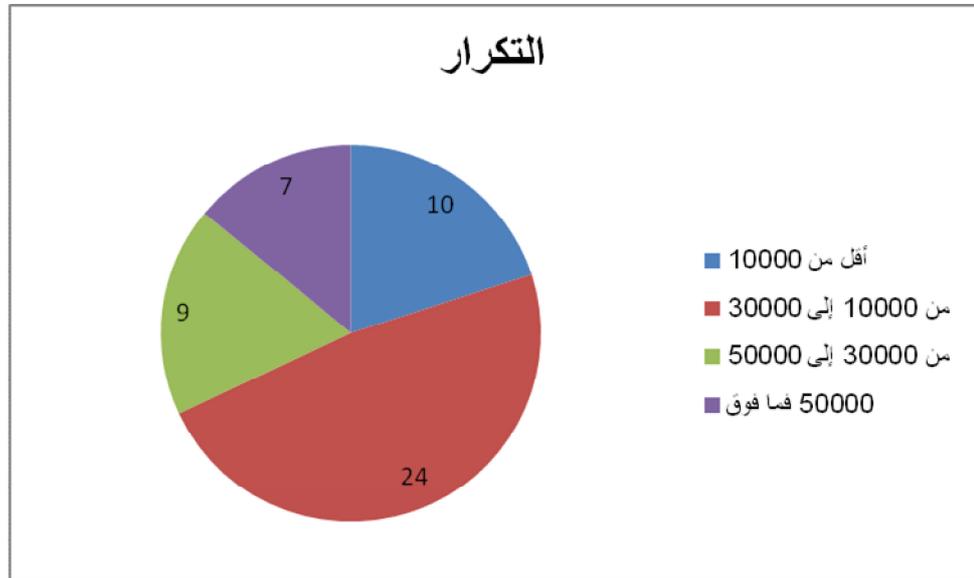
-5

2	%20	10	10000
1	%48	24	10000 30000
3	%18	09	30000 50000
4	%14	07	50000
/	%100	50	

:

:

%48 (30000 10000)
%20 1000
%18 (50000 50000- 30000)
%14
:(5-3)



:

:

:

-1

:(6-3)

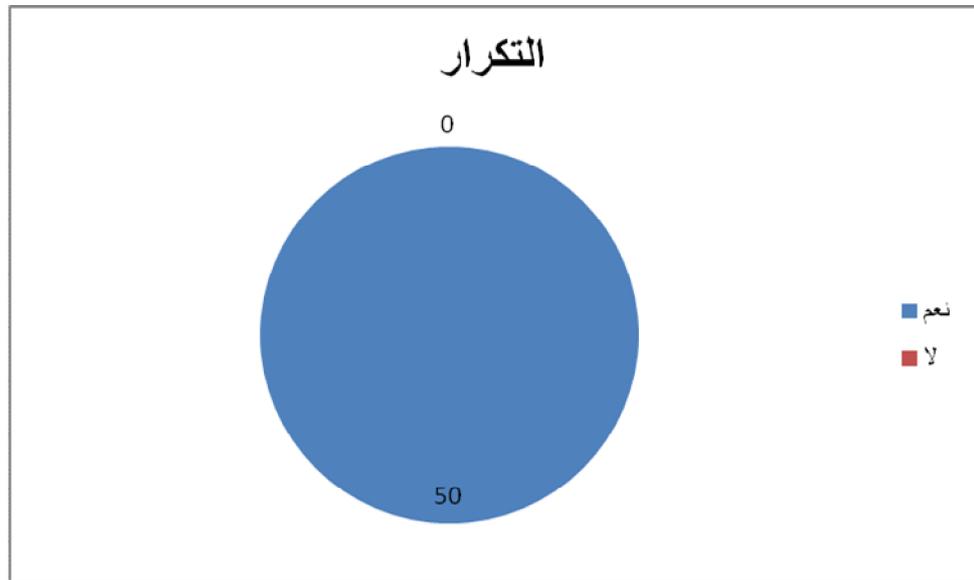
		/
%100	50	

:

%00	00	
%100	50	

: %100

:(6-3)



:

-2

:(7-3)

02	%60	30	
01	%86	43	

:

03	%56	28	
04	%54	27	
05	% 08	04	

%86

-

%60

%54

%56

%8

- 3

:(8-3)

02	%40	20	Samsung
05	%08	04	Sony
01	% 70	35	Condor
04	%20	10	LG

:

03	% 36	18	ENIEM
----	------	----	-------

%70

-

Samsung

%08; %20 ; %36 ; %40

; Sony; LG ; ENIEM;

-4

:(9 3)

1	%62	31	
1	%62	31	
4	%26	13	
3	%32	16	
5	%12	06	

% 62

%26

%32

. %12

:

-5

:10-03-

			/
1	%74	37	
2	%26	13	
/	%100	50	

%74

%26

37



:

-6

:11-03

:

:

1	%44	22	
3	%28	14	
5	%12	06	
2	%40	20	
4	%14	07	

%44

%28

%40

. %12 %14

:

:12-03

3	%10	05	
1	%18	09	
2	%12	06	

:

4	%04	02	
5	%02	01	

:

%18

. %12

-7

01	%52	26	
03	%12	06	
02	%36	18	
/	%100	50	

%52

26

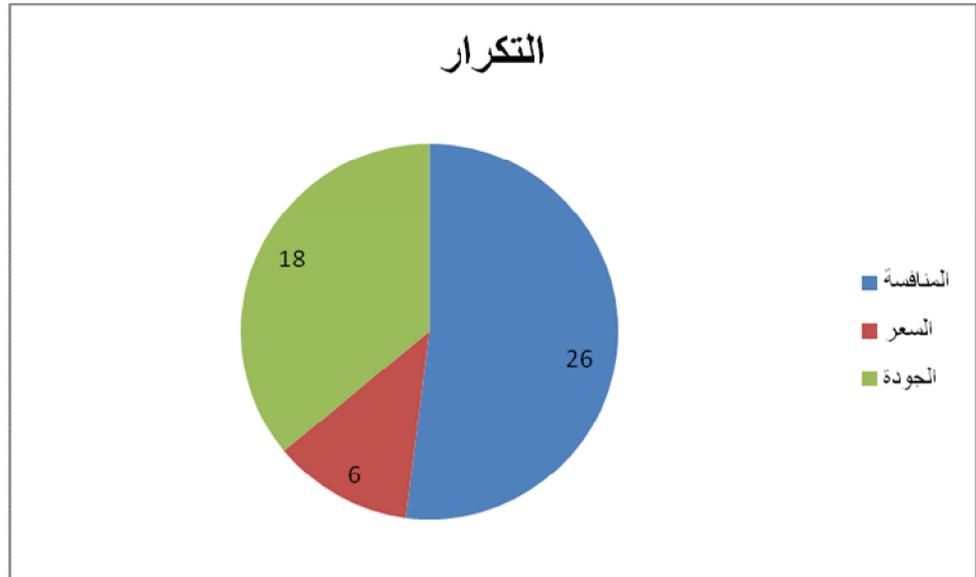
%12

%36

.

:(7- 3)

:



:

:

:

-

-

-

-

-

-

-

:

•
•



-

•

-

•

-

•

-

•

-

•

-

•

-

•

•
•



•
•

•

•

خاتمة



/ . : / -
: / -
: -
: -
: -2



:

-

-

-

:

-3

:

-

-

-

-

-

-

-

-



-

.

-

-

-

.

:

-4

:

-

-

.

المراجع

	:		
	" "		.1
	" "		.2
	" "		.3
		2006	
2010	" "		.4
i() -	- :	"	.5
		2002	
i"-	-	"	.6
	.	2009	
	"	"	.7
		2011	
"-	-	"	.8
.254	"	"	.9
	"	"	.10
		2007 /	
	"	"	.11
		2010	
	"	"	.12
	"	"	.13
	"	"	.14
2005	"	"	.15

	"	"	.16
2014	"	"	.17
	"	"	.18
	"	"	.19
		2013	
i"-	-	"	.20
/	"	"	.21
	"	"	.22
	"	2007	.23
		2015	
2010	"	"	.24
	"	"	.25
	"()"	.26
	1	()"
	"	"	.27
	"	"	.28
	"()"	.29
	"	"	.30
		2013	

"	"	.	.31
"	"		.32
"	"	.	.33
		2008	
	"	"	.34
i"-	-	"	.35
		2004	
	"	"	.36
	"	"	.37
.2008-2007		:	
		"	.38
	:	"	
		.2012-2011	

D.Bertrand-J-**Techniques Commerciales Et Marketing**-Edition Berti- Alger, 1994.
 Debourg Marie Camille Et autre, Pratique du Marketing OP.CIT.

				.
				-1
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				-2
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		-
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		-
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		-
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		-
				-
				-3
SAMSUNG	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
SONY	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
condor	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
LG	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
ENIEM	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
				-4

-5

-6

-7

:

:

:

30-20

40-30

50-40

50

:

:

10000

30000-10000

50000-30000

50000