

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تطوير استراتيجيات إدارة المبيعات في البيئات التنافسية الشديدة

أسم الطالب

عبدالعزیز محمد العمودي

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي - ٢٠٢٥

جدول المحتويات

٣	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	١,١. المقدمة:
٥	١,٢. مشكلة الدراسة
٥	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري
٥	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي
٥	١,٣. أهمية الدراسة
٥	١,٣,١. على المستوى النظري:
٦	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:
٦	١,٤. أسئلة الدراسة
٦	١,٥. أهداف الدراسة
٦	١,٦. فرضيات الدراسة
٦	١,٧. نموذج الدراسة
٧	١,٨. منهجية الدراسة
٨	١,٩. الدراسة الميدانية
٨	١,١٠. مخطط المشروع المقترح
٩	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
٩	٢,١. المقدمة:
١٠	٢,٢. المتغير المستقل
١٠	٢,٣. المتغير التابع
١٠	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
١٠	٢,٥. الخاتمة
١١	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ . المقدمة:

في ظل التطورات المتسارعة لأسواق التجزئة العالمية والمحلية، تواجه إدارات المبيعات تحديات غير مسبقة بسبب اشتداد حدة المنافسة وتغير تفضيلات المستهلكين. تقدم هذه الدراسة تحليلاً لاستراتيجيات إدارة المبيعات الفعّالة التي تمكّن الشركات من الحفاظ على حصتها السوقية وزيادة رضا العملاء في البيئات التنافسية الشديدة.

١,٢ . مشكلة الدراسة

تعاين العديد من الشركات من تراجع المبيعات بسبب عدم تكيف استراتيجياتها مع البيئة التنافسية المتغيرة.

١,٢,١ . فجوات على المستوى النظري

- نقص الأطر النظرية التي تربط بين استراتيجيات التسعير الديناميكي وأداء المبيعات
- محدودية الدراسات حول تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة المبيعات في الأسواق التنافسية

١,٢,٢ . فجوات على المستوى التطبيقي

- ضعف تبني التقنيات الحديثة في تتبع أداء فرق المبيعات
- محدودية استخدام تحليلات البيانات للتنبؤ بسلوك المنافسين

السؤال الرئيسي

"كيف يمكن تطوير استراتيجيات إدارة المبيعات لتعزيز القدرة التنافسية للشركات في الأسواق شديدة التنافس؟"

١,٣ . أهمية الدراسة

١,٣,١ . على المستوى النظري:

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

١,٤. أسئلة الدراسة

١- أهداف الدراسة

٢- فرضيات الدراسة

٣- نموذج الدراسة

٤- منهجية الدراسة

٥- الدراسة الميدانية

٦- مخطط المشروع المقترح

. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

١- المقدمة:

٢- المتغير المستقل

٣- المتغير التابع

٤- العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

٥- الخاتمة

قائمة المراجع

١. السيد، أحمد. (2023). *إدارة المبيعات في الأسواق التنافسية*. دار النهضة العربية، القاهرة.
٢. الغامدي، محمد. (2022). *استراتيجيات التسعير التنافسي: التحليل والتطبيق*. مركز البحوث التجارية، الرياض.