

أولا : فهرست المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
أ	الآيات
ب	الإهداء
ج	شكر و عرفان
د	مستخلص الدراسة
و	Abstract
1	المقدمة
	الإطار العام للدراسة
2	مشكلة الدراسة
2	أهمية الدراسة
3	أهداف الدراسة
3	فرضيات الدراسة
3	منهجية الدراسة
4	مجتمع الدراسة
4	حدود الدراسة
5	تنظيم الدراسة
	الفصل الأول
	المنافسة والسوق
6	المبحث الأول : المنافسة الطبيعية والمفاهيم والأهداف
14	المبحث الثاني : دور المعلومات فى المنافسة
16	المبحث الثالث : المنافسة والسوق
19	المبحث الرابع : تحليل المنافسة
	الفصل الثاني
	الترويج ودوره فى المنافسة
36	المبحث الاول : الترويج: المفاهيم الالهية ، العناصر والاهداف.
61	المبحث الثاني : البيع الشخصى المفهوم والخطوات .
82	المبحث الثالث : الإعلان : التعريف ، الأنواع ، والخصائص
105	المبحث الرابع: تنشيط المبيعات :الأهمية ، الادوات، المفهوم
121	المبحث الخامس: العلاقات العامة: المفاهيم ،الأهداف ،الوظائف

رقم الصفحة	العنوان
	شركة دال للصناعات الغذائية
	الفصل الثالث
122	المبحث الأول : شركة دال للصناعات الغذائية المحدودة : النشأة والتطور والأهداف .
125	المبحث الثاني : خطوط انتاج شركة دال للصناعات الغذائية .
128	المبحث الثالث : الوسائل والسياسات الترويجية لشركة دال للصناعات الغذائية .
	الفصل الرابع
	الدراسة الميدانية
130	المبحث الأول : إجراءات الدراسة الميدانية
137	المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة الميدانية
154	المبحث الثالث : اختبار فرضيات الدراسة
160	الخاتمة والنتائج والتوصيات
166	قائمة المراجع والمصادر
ثانيا : فهرس الجدول والأشكال	
131	عدد افراد العينة المبحوثة
133	الاستمارات الموزعة والمستلمة
137	افضل مشروبات الكوكاكولا لان سعرها مناسب
138	افضل مشروبات الكوكاكولا لان العبوة مناسبة
139	افضل مشروبات الكوكاكولا لان مذاقها جيد
140	تقدم شركات الكوكاكولا خصما فى السعر فى المناسبات الدينية والعامه
141	المنافسة على اساس السعر للمشروبات
142	تقدم الشركة الكوكاكولا سعر سلعتين بسعر سلعة واحدة
143	تكثيف الحملات الترويجية تؤدي الى زيادة الطلب على منتجات الكوكاكولا وتنشيط مبيعاتها
144	تهدف الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات الى دفع المشتري للشراء عن طريق التخفيضات المؤقتة فى سعر السلعة .
145	تهدف الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات الى دفع المشتري للشراء عن طريق الهدايا المجانية مع السلع .
146	تهدف الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات الى دفع المشتري للشراء عن طريق الدعاية والاعلان.

رقم الصفحة	العنوان
147	الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات توضح درجة التمييز الذى يحظى بها المنتج دون منافسيه .
148	الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات يساعدان المستهلك على التعرف على المنتج .
149	زيادة وتنويع قنوات التوزيع
150	زيادة قنوات توزيع منتجات الكوكاكولا يؤدي الى زيادة الطلب على منتجاتها .
151	تعمل الشركة على تلبية احتياجات العملاء
152	شركة الكوكاكولا قائده لانها تتمتع باكبر حصه سوقيه فى صناعة المشروبات الغازية
155	الاستبانات الموزعة و المستلمة
156	اسعار المشروبات الغازية تؤثر على زيادة المبيعات
157	تكثيف الحملات الترويجية تزيد الطلب على المشروبات الغازية
158	تنويع قنوات التوزيع تزيد الطلب على المشروبات الغازية
159	نتيجة اختبار مربع كاي 2 للعبارة رقم (5) والعبارة رقم (7)
	العنوان
19	تحليل المنافسين
39	اثر الترويج على منحى الطلب
42	الترويج داخل الإطار التسويقي
49	اثر الترويج على منحى الطلب
	العنوان
i	مخاطبة شركة دال للصناعات الغذائية
i i	تحكيم الاستبانة
i i i	مخاطبة المستهلك
i v	نموذج استبيان المستهلكين لمنتجات الشركة
v i	نموذج أسئلة المقابلة
i i i	هيئة تحكيم الاستبانة
x	تحليل بيانات الدراسة