

فهرس المحتويات:

I.....	شكر و إهداء.....
II	قائمة الجداول.....
III	قائمة الأشكال.....
IV.....	قائمة الملاحق.....
من أ إلى هـ.....	المقدمة العامة.....
1.....	الفصل الأول: السياسة المالية كأداة للتسيير في المؤسسة
1.....	مقدمة الفصل الأول.....
2.....	المبحث الأول: الاستراتيجية المالية و التخطيط المالي في المؤسسة.....
2.....	المطلب الأول: الاستراتيجية المالية في المؤسسة.....
3.....	المطلب الثاني: التخطيط المالي في المؤسسة.....
5.....	المبحث الثاني: التشخيص العام و المالي للمؤسسة.....
5.....	المطلب الأول: تشخيص وضعية المؤسسة.....
8.....	المطلب الثاني: التشخيص المالي للمؤسسة.....
8.....	المطلب الثالث: التشخيص الاستراتيجي.....
17.....	المبحث الثالث: سياسة التمويل في المؤسسة.....
17.....	المطلب الأول: التمويل الداخلي.....
18.....	المطلب الثاني: التمويل الخارجي.....
20.....	المطلب الثالث: اختيار الطريقة الأنسب للتمويل.....
23.....	خلاصة الفصل الأول.....
24.....	الفصل الثاني: الاستراتيجية التسويقية داخل المؤسسة
25.....	مقدمة الفصل الثاني.....

المبحث الأول: التخطيط الاستراتيجي و التخطيط الاستراتيجي التسويقي في المؤسسة.....	26
المطلب الأول: مفاهيم عامة حول التخطيط الاستراتيجي	26
المطلب الثاني: التخطيط الاستراتيجي التسويقي.....	28
المبحث الثاني: اختيار الاستراتيجية التسويقية.....	30
المطلب الأول: التقسيم الاستراتيجي و تقسيم السوق.....	30
المطلب الثاني: أنواع الاستراتيجيات التسويقية و استعمالاتها.....	33
المطلب الثالث: الخيار الاستراتيجي و عوامل نجاح الاستراتيجية التسويقية.....	49
المبحث الثالث: الخطة التسويقية و المزيج التسويقي.....	41
المطلب الأول: مفهوم الخطة التسويقية و شروط الخطة التسويقية الناجحة.....	41
المطلب الثاني: مكونات الخطة التسويقية.....	42
المطلب الثالث: المزيج التسويقي للمؤسسات الخدمية.....	43
خلاصة الفصل الثاني.....	50
الفصل الثالث: عوامل تأثير السياسة المالية على الاستراتيجية التسويقية للمؤسسة.....	51
مقدمة الفصل الثالث.....	52
المبحث الأول: سياسة الاستثمار بين المنظور المالي و التسويقي.....	53
المطلب الأول: مفهوم الاستثمار و أصنافه.....	53
المطلب الثاني: خصائص الاستثمار و مخاطره.....	54
المطلب الثالث: قرار الاستثمار.....	55
المبحث الثاني: سياسة السعر في المؤسسة بين المنظور المالي و التسويقي.....	58
المطلب الأول: أهداف سياسة التسعير.....	58
المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على تحديد السعر.....	60
المطلب الثالث: مراحل اتخاذ قرار تحديد السعر.....	63
المبحث الثالث: تقييم التأثير المالي على الاستراتيجية التسويقية.....	65

65.....	المطلب الأول: الموازنة التسويقية و أهم الأدوات المالية في التسويق
69.....	المطلب الثاني: خطة العمل.
73.....	خلاصة الفصل الثالث.....
74.....	الفصل الرابع: دراسة تطبيقية لتأثير السياسة المالية في إعداد و تطبيق الاستراتيجية التسويقية في المؤسسة الجزائرية للهاتف النقال -موبيليس-
75.....	مقدمة الفصل الرابع.....
76.....	المبحث الأول: التشخيص الاستراتيجي و السياسة المالية لمؤسسة موبيليس.....
81.....	المطلب الأول: التشخيص الاستراتيجي لمؤسسة موبيليس
84.....	المطلب الثاني: الاستراتيجية المالية و سياسة التمويل التي تعتمد عليها مؤسسة موبيليس.....
86.....	المطلب الثالث: سيرة اتخاذ قرار الاستثمار في مؤسسة موبيليس.....
88.....	المبحث الثاني: التخطيط الاستراتيجي و الاستراتيجية التسويقية للمؤسسة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس.....
88.....	المطلب الأول: عملية التخطيط الاستراتيجي المنتهجة من طرف مؤسسة موبيليس.....
91.....	المطلب الثاني: كيفية إعداد و اختيار الاستراتيجية التسويقية لمؤسسة موبيليس.....
93.....	المطلب الثالث: أهم عوامل تطبيق الاستراتيجية التسويقية لموبيليس.....
96.....	المبحث الثالث: تقييم التداخل و الترابط بين الاستراتيجية التسويقية لموبيليس و سياستها المالية.....
97.....	المطلب الأول: تحليل خطة عمل مؤسسة موبيليس.....
98.....	المطلب الثاني: دراسة فعالية و كفاءة الاستراتيجية التسويقية و السياسة المالية لموبيليس.....
101.....	خلاصة الفصل الرابع.....
103.....	الخاتمة العامة.....
	تبت المراجع
	ملخص البحث
	الملاحق