

## الفهرس

01.....	المقدمة
02.....	الفصل الأول: مدخل للتسويق والمراجعة
02.....	تمهيد
03.....	المبحث الأول: عموميات حول التسويق
03.....	المطلب الأول: مفهوم التسويق، أهميته وعناصر النشاط التسويقي
05.....	المطلب الثاني: شروط نجاح عملية التسويق، أهدافه وحدوده
08.....	المطلب الثالث: عناصر المزيج التسويقي
11.....	المبحث الثاني: الإطار النظري للمراجعة
11.....	المطلب الأول: لمحة تاريخية وتطور مفهوم المراجعة
13.....	المطلب الثاني: تعريف، وفروض المراجعة
17.....	المطلب الثالث: أهداف المراجعة
19.....	المبحث الثالث: أنواع المراجعين، معايير وأنواع المراجعة
19.....	المطلب الأول: أنواع المراجعين
20.....	المطلب الثاني: معايير المراجعة
28.....	المطلب الثالث: أنواع المراجعة
30.....	الخلاصة
32.....	الفصل الثاني: المراجعة التسويقية
32.....	تمهيد
33.....	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول المراجعة التسويقية
33.....	المطلب الأول: تعريف المراجعة التسويقية
33.....	المطلب الثاني: أهمية وأهداف المراجعة التسويقية

35.....	المطلب الثالث: خصائص المراجعة التسويقية.
36.....	المبحث الثاني: أنواع ومراحل المراجعة التسويقية.
36.....	المطلب الأول: أنواع المراجعة التسويقية.
36.....	المطلب الثاني: مراحل المراجعة التسويقية.
38.....	المطلب الثالث: فترات المراجعة التسويقية وموقعها في مراجعات التسيير.
40.....	المبحث الثالث: عناصر المراجعة التسويقية.
40.....	المطلب الأول: مراجعة البيئة الكلية ( البيئة الخارجية ).
45.....	المطلب الثاني: مراجعة البيئة الجزئية ( البيئة الداخلية ).
47.....	المطلب الثالث: مراجعة الإستراتيجية.
50.....	المطلب الرابع: مراجعة التنظيم، الأنظمة والإجراءات.
53.....	المطلب الرابع: مراجعة الإجراءات وأنشطة التسويق.
56.....	الخلاصة.
58.....	<b>الفصل الثالث: دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية.</b>
58.....	تمهيد.
59.....	المبحث الأول: تقديم شركة الخطوط الجوية الجزائرية.
59.....	المطلب الأول: نشأة الخطوط الجوية الجزائرية وإمكانياتها.
62.....	المطلب الثاني: مهام وتنظيم الخطوط الجوية الجزائرية.
66.....	المطلب الثالث: تقديم القسم التجاري للخطوط الجوية الجزائرية.
70.....	المبحث الثاني: تحليل الإستبيان.
70.....	المطلب الأول: العينة المدروسة والهدف من الإستقصاء.
71.....	المطلب الثاني: نتائج الإستقصاء.
82.....	المطلب الثالث: التوصيات.

84.....	المبحث الثالث: تطبيق المراجعة التسويقية
84.....	المطلب الأول: مراجعة محيط الجزائرية للطيران
90.....	المطلب الثاني: مراجعة الإستراتيجية والتنظيم الداخلي للمؤسسة
92.....	المطلب الثالث: مراجعة الأنظمة، الإجراءات والعوائد
95.....	المطلب الرابع: مراجعة الأنشطة التسويقية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية
103.....	الخلاصة
105.....	الخاتمة العامة