

التسويق في بغداد
كيف تهرب من فخ المنافسة والتقليد

د. مصطفى نوارج
دراسة شاملة لأهم 19 نشاط تجاري في بغداد
(من 2022 الى 2025)

الطبعة الأولى

2025

اسم الكتاب: التسويق في بغداد

اسم المؤلف: د. مصطفى نوارج

فكرة الغلاف: د. مصطفى نوارج

تصميم الغلاف: أحمد رجب

الترقيم الدولي (تدمك): 9789778584189

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق – تجزئة الأسواق

الناشر: ماركيتهنج كاسيل العراق

موقع إلكتروني: <https://MostafaNawareg.com/>

النسخ الإلكترونيّة: <https://www.amazon.com/~e/B08WKP55YH>

الطبعة الأولى

2025

جميع حقوق الطبع والنشر والتوزيع والترجمة محفوظة للمؤلف



تقدم

د/مصطفى نوارج
 إستشاري التسويق والتدريب لأكثر من
 200 شركة في 17 دولة في 40 صناعة

Lighthouse
 TRAINING & MARKETING CONSULTANTS

AUC **LOGIC**
 TRAINING & HR DEVELOPMENT

Coca-Cola **LEVI'S** **البنوك الإسلامية**

البنوك الإسلامية **GLOBAL**

ottob **AL KHAN** **شارون** **Katana**

البنوك الإسلامية **ISIS** **البنوك الإسلامية** **RAYA**

البنوك الإسلامية **أمان** **EPG** **Alcity** **البنوك الإسلامية**

البنوك الإسلامية **البنوك الإسلامية**

بالقائمة إعداد إستشاري تسويقي
 بالقائمة تنمية المهارات الشخصية
 بالقائمة التسويق للجميع

سلسلة الإدارة بالعامية

شكرا لأحبائنا في العراق

بعض من عملائنا
في دولة العراق الحبيبة

The image displays a collection of logos for various companies and organizations, arranged in a grid. The logos include:

- Bioderma
- O3 ozoon
- Samsung
- ITACA
- THE TAJ
- ozoon
- Al-Farooq
- Al-Najda
- Al-Sabir
- Al-Markaz
- Waj
- Dentalin
- Al-Najda
- Al-Balad
- Moken Phone
- HIVER
- Al-Sabir
- Ba
- Al-Karam

Two circular icons representing the flags of Iraq and Kuwait are positioned at the bottom right of the grid.

الفهرس

الفصل الأول التسويق التكتيكي 4Ps	
10	الفارق بين التّسويق والبيع.
16	تعريف التّسويق وخطوات التّسويق قديماً.
18	المنتج الصحيح
35	السعر الصحيح
45	التوزيع الصحيح
56	التوقيت الصحيح
الفصل الثاني نظام معلومات التسويق	
أول خطوات التّسويق الحديث: النّظر من النّافذة.	
62	مدارس التسويق الخمس: تطور التسويق على مر الزمان
71	من ال 4Ps إلى ال SIVA
الفصل الثالث التسويق 1980 التّسويق الاستراتيجي	

84	أهمية التسويق الاستراتيجي.
86	فلسفة التسويق الاستراتيجي: الأصل الوسيم!!
94	التسويق الاستراتيجي والقنوات التلفزيونية: مستويات تجزئة السوق.
99	التسويق الاستراتيجي والشامبو: تقنيتا الهروب والمليشيات.
116	التسويق الاستراتيجي وحفاضات الأطفال.
121	التسويق الاستراتيجي ومعاجين الأسنان.
125	التسويق الاستراتيجي والشيكولاتات.
130	التسويق الاستراتيجي وعالم الشيبسي: بوابة مزيج التسويق.
136	التسويق الاستراتيجي على مستوى الدول: صناعة السياحة – مصر أم الإمارات.
141	شركات تنافس نفسها!!
141	لاكتيل / صافولا / جيليت / أرما
148	ملخص: خطوات التسويق الاستراتيجي

	الفصل الرابع التسويق في بغداد!!
140	أولاً: بغداد والعراق
141	الملخص التنفيذي
142	أولاً: البيئة التجارية العامة في بغداد
149	ثانياً: القطاعات التجارية الرائدة
153	ثالثاً: التحديات والفرص
155	رابعاً: التوقعات المستقبلية
157	خامساً: التوصيات
159	ثانياً: منافذ البيع الرئيسية في بغداد
162	منافذ بيع السيراميك والمواد الإنشائية أ. حجم السوق والحصة السوقية والتوزيع الجغرافي ب. اتجاهات النمو والتغيير ج. الفرص والتحديات د- المؤثرين والمروجين هـ. الاتجاهات الاستهلاكية و. المنافسة والعلامات التجارية
169	منافذ بيع المواد الغذائية والمشروبات

176	منافذ بيع الهواتف المحمولة والإلكترونيات
183	منافذ بيع الملابس والأزياء
185	منافذ بيع الأثاث
187	المنافذ الأخرى
190	ثالثاً: مستحضرات التجميل
195	منتجات العناية بالبشرة
201	مستحضرات المكياج
207	منتجات العناية بالشعر
211	العطور والعناية الشخصية
218	رابعاً: صناعة الضيافة
219	المطاعم
226	الكافيهات
232	الحلويات
237	الفنادق
242	المخابز
253	خامساً: قطاع الصحة والصيدلة
254	الصيدليات
259	شركات الادويه

262	المذاخر
264	العيادات الطبيه الخاصه
266	المستشفيات