

MARKETING Terms

Pocket Dictionary (1)

إنجليزي - عربي



FIRST EDITION

الدكتور عبيد بن سعد العبدلي

جامعة الملك فهد للبترول والمعادن

Dr. Obaid Saad Al-Abdali

ح) عبيد سعد العبدلي، ١٤٣٥ هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العبدلي ، عبيد سعد
المصطلحات التسويقية (انجليزي عربي) قاموس الجيب. / عبيد سعد
العبدلي -. الرياض ، ١٤٣٥ هـ

١١٤ ص: ٨,٥ × ١٢ سم

ردمك: ٩-٤٠٠٣-٠١-٦٠٣-٩٧٨

١- التسويق
٢- المصطلحات أ. العنوان
ديوي ٦٥٨,٨
١٤٣٥/١٠٠٠

رقم الإيداع: ١٤٣٥/١٠٠٠

ردمك: ٩-٤٠٠٣-٠١-٦٠٣-٩٧٨

إلهي

إلى ابنتي الحبيبة ريوفا

مقدمة Introduction

منذ الإصدار الأول للسلسلة «نحو ثقافة تسويقية» قبل ثمان سنوات كان الهدف الأساس للسلسلة هو تبسيط علم التسويق ومفاهيمه لتخرج بلغة عربية سهلة يستوعبها القارئ العادي؛ إسهاماً منا في نشر الثقافة التسويقية في عالمنا العربي والارتقاء بالممارسات في أسواقنا العربية لبناء علاقة صحية بين التاجر والمستهلك تخدم مصالح الطرفين.

وقد صدر العديد من الكتب في مجالات تسويقية مختلفة ضمن هذه السلسلة منذ انطلاقتها عام ٢٠٠٦، من بينها قواميس التسويق التي كانت ترمي - بالإضافة إلى الهدف العام للسلسلة - إلى مساعدة طلاب التسويق العرب، إضافة إلى المهتمين والممارسين للتسويق، من خلال تقريب المصطلحات التسويقية بنقلها من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية.

وهذا العمل كما ترى - يحتاج إلى تكاتف الجهود، في حين أن الجهد في هذه القواميس - كما هي الحال في بقية إصدارات السلسلة - كان جهداً شخصياً، يحتمل الخطأ ويعتريه القصور. لذا أتمنى ألا تبخل علي أيها القارئ الكريم بملاحظاتك ومقترحاتك ليم تداركها والاستفادة منها في الطبعة القادمة. كما يسعدني تلقي أي ملاحظات تسهم في تطوير هذه السلسلة لتؤدي رسالتها على أكمل وجه.

وقاموس الجيب الذي أضعه بين أيديكم الآن يحتوي على ١٣٧٦ مصطلحاً تسويقياً أرى أنها ذات أهمية خاصة لكل من يدرس أو يمارس هذا العلم. وهو الإصدار رقم (١٥)

في سلسلة «نحو ثقافة تسويقية»، والأول بحجم الجيب ضمن هذه السلسلة. وقد تم اختيار حجم الجيب ليكون مرجعاً سهل الحمل والاستخدام من قبل الطلاب والباحثين والمهتمين بعلم التسويق. وفي الختام أشكر كل من ساهم ودعم هذا الجهد بتصحيح أو رأي أو اقتراح، متمنياً أن يكون هذا الإصدار إضافة للمكتبة العربية التسويقية.

والله ولي التوفيق

د. عبيد بن سعد العبدلي

الرياض - مارس ٢٠١٤م

الإصدار الأول بحجم الجيب - الخامس عشر ضمن سلسلة «نحو ثقافة تسويقية»

A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

Q

R

S

T

U

V

W

X

Y

Z

A

Ability to Buy

القدرة على الشراء

Account Executive

مسؤول علاقات العملاء

Above the Line Cost

مصاريف وسائل الإعلان
الرئيسية (فوق الخط)

Account

Representative

ممثل حسابات

Acceptable Quality

نسبة الجودة المقبولة

Account Supervisor

مشرف حسابات

Access to
Distribution
Channel

سهولة الوصول للمنفذ البيعي

Accumulating
تجميع

Acquisition Strategy

إستراتيجية الاستحواذ

Accessories

سلع سريعة الاستهلاك

Action

فعل

Accessory Goods

السلع المساندة

Active listening

الإنصات الفاعل

Account

حساب

Actual Product	Advertisement
المنتج الفعلي	منشور إعلاني
Administered Channel Systems	Advertiser
إدارة نظام قنوات التوزيع	المعلن
Administration	Advertising (Ads)
الإدارة التنفيذية	الإعلان
Administrative Expenses	Advertising Agency
مصروفات إدارية	وكالة إعلانية
Adoption Curve	Advertising Allowances
منحنى التقبل	مخصصات إعلانية
Adoption Process	Advertising Appropriations
عمليات التقبل (التبني) للمنتجات	الاعتمادات الإعلانية
Advance Payment	Advertising Budget
الدفع مقدماً	ميزانية الإعلان
Advertise	Advertising Campaign
يعلن	حملة إعلانية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Advertising Claim
ادعاء الإعلان

Advertising Clutter
فوضى الإعلان

Advertising Effectives
تأثير الإعلان

Advertising Expenditure
الإنفاق الاعلاني

Advertising Manager
مدير الإعلانات

Advertising Media
وسائل نشر الإعلان

Advertising Message
الرسالة الاعلانية

Advertising Objectives
أهداف الإعلان

Advertising Penetration
اختراق الإعلان

Advertising Spending
مصروفات إعلانية

Advertising Wear Out
تلاشي تأثير الإعلان

تلاشي تأثير الإعلان

Advertorial
إعلان تحريري

Advocacy Advertising
إعلان توضيحي (تأييد)

إعلان توضيحي (تأييد)

After Sales Services
خدمات ما بعد البيع

Against All Risk
ضد جميع المخاطر

Agent
وكيل

Agent Middlemen
الوسيط

Aggressive Pricing
التسعير الهجومي

Agreement
اتفاقية

Agricultural
Marketing
التسويق الزراعي

AIDA Model
نموذج أيدا لقياس الإعلان

Air Freight
النقل الجوي

Alliances
التحالفات

Allowances
مخصصات

American Marketing
Association
الجمعية الأمريكية للتسويق

Analysis
تحليل

Anticipative
Marketing
التسويق الاستباقي

Appliance
أدوات أو أجهزة

Applied Research
البحوث التطبيقية

Area Manager
مدير منطقة

Artwork
العمل الفني

Aspirational Group
المجموعات الطموحية
(المتطلعة)

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Assembly Lines

خطوط التجميع

Assorting

تشكيلات متنوعة

Attack Marketing Strategy

إستراتيجيات المهاجم في التسويق

Attention

جذب الانتباه

Attitude

الاتجاهات

Attitude Survey

دراسة الاتجاهات

Auction Companies

شركات المزاد

Auctioneer

دلال

Audit Bureau of Circulation (ABC)

هيئة التحقق من الانتشار

Augmented Product

المنتج المعزز أو المضاف

Automated Teller Machines (ATM)

الصراف الآلي

Available Market

السوق المتاحة

Average Cost Per-Unit

متوسط التكلفة للوحدة

Average Cost Pricing

تسعير متوسط التكلفة

Awareness

الوعي

B

Bait Advertising

الإعلان الطعم

Bargain

المساومة (المكاسرة)

Bait Pricing

التسعير الطعم (القيادي)

Barter

المقايضة

Balance of Trade

ميزان التبادل التجاري

Base Price

السعر الأساس

Bank Draft

حوالة مصرفية

Battle of the Brands

حرب الأسماء التجارية

Bank Services Mix

مزيج الخدمة المصرفية

Bazaar

بازار

Bankruptcy

إفلاس

Beginning Inventory

بداية المخزون

Banner

شريط إعلاني

Behavioral
Segmentation

التقسيم السلوكي

Barcode

ترميز رقمي

Belief

اعتقاد

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Below the Line Cost

مصاريف غير رئيسية بوسائل الإعلان (تحت الخط)

Benchmarking

المقارنة المرجعية

Benefit Segmentation

التقسيم وفقاً للمنفعة

Benefit Sought

المنافع المتوقعة

Best Bid

أفضل عطاء

Bestseller

المنتج الأكثر رواجاً

Better Business

Bureau

مكتب تحسين الأعمال

Bid

عطاء (مناقصة)

Bid Pricing

أسعارالعطاءات (مناقصات)

Black Market

السوق السوداء

Black List

القائمة السوداء

Blind Product Test

الاختبار الأعمى للمنتج

Blind Selling

البيع الأعمى

Board of Directors

مجلس إدارة

Bonus

مكافأة

Bottom Up Planning

التخطيط من المستوى الأدنى للأعلى

Boycott

مقاطعة

Brainstorming
العصف الذهني

Brand Familiarity
ألفة الاسم التجاري

Brand
العلامة

Brand Image
الصورة الذهنية للعلامة التجارية

Brand Advertising
الإعلان التمييزي

Branding
تمييز المنتج

Brand Awareness
الوعي بالعلامة التجارية

Brand Insistence
الإصرار على اسم تجاري معين

Brand Recognition
تمييز الاسم التجاري

Brand Licensing
السماح باستخدام اسم العلامة التجارية

Brand Building
بناء العلامة التجارية

Brand Loyalty
الولاء للعلامة أو الصنف

Brand Equity
قيمة العلامة التجارية

Brand Management
إدارة العلامة التجارية

Brand Evaluation
تقييم العلامة التجارية

Brand Name
اسم الصنف

Brand Extension
توسيع العلامة التجارية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Brand Non
Recognition

عدم تمييز الاسم التجاري أو
المنتج

Brand Popularity
شهرة العلامة التجارية

Brand Position
تثبيت الاسم التجاري

Brand Preference
تفضيل الاسم التجاري

Brand Rejection
رفض الاسم التجاري

Brand Switching
التنقل بين العلامات التجارية

Brand Value
قيمة العلامة التجارية

Breakeven
نقطة التعادل

Breakeven Pricing
التسعير على أساس نقطة
التعادل

Breakthrough
Opportunities
فرص تجارية غير مسبوقة

Bribery
رشوة

Broadcast Media
وسائل الإعلام عبر الأثير

Brochures
مطويات

Broker
وسيط (سمسار)

Budget
ميزانية

Buffer Stock
مخزون احتياطي

Bulk Breaking

تجزئة الشحنة

Business Hours

ساعات الدوام

Bundle of Benefits

مجموعة منافع

Business Logistics

الإمداد والتموين

Bundle Pricing

تسعير مجموعة السلع

Business Market

سوق الأعمال التجارية

Business

عمل تجاري

Business Portfolio

محفظة منتجات الأعمال

Business Analysis

تحليل الأعمال التجارية

Business Products

منتجات تجارية

Business Buyers

مشترى المنشآت

Business Studiesالدراسات التفصيلية الخاصة
بالأعمال**Business Buying
Process**

عملية شراء الأعمال التجارية

**Business To Business
Marketing (B2B)**الأنشطة التسويقية بين
مؤسسات الأعمال**Business Customers**

العميل الصناعي

**Business To
Customer (B2C)****Business Globalization**

عالمية الأعمال

الأنشطة التسويقية بين الشركة
والعميل

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Businessman

رجل أعمال

Buying Behavior

سلوك الشراء

Businesswoman

سيدة أعمال

Buying Frequency

تكرار عملية الشراء

Buyer Readiness
Stage

مرحلة جاهزية المشتري

Buying Function

وظيفة الشراء

Buying Habit

العادة الشرائية

Buyers

المشترون

Buying Motives

حافز الشراء

Buyers Market

سوق المشتريين

Buying Process

عملية الشراء

Buying

الشراء

Buying Unit (Center)

وحدة (مركز) الشراء

Buying Agent

وكيل الشراء

Buzz Marketing

التسويق عن طريق الإثارة

Buying Attention

نية الشراء

By Product

سلعة جانبية

C

Campaign

حملة

Cash and Carry

ادفع واحمل

Capital

رأس المال

Cash and Carry
Wholesaler

تجار جملة يتعاملون بالنقد

Capital Goods

السلع الرأسمالية

Cash Cows Products

المنتجات المدرة للدخل

Capital Items

عناصر رأس المال

Cash Discount

الخصم النقدي

Captive Pricing

التسعير المقيد

Cash Flow

التدفقات النقدية

Cartel

الاتحادات السعرية

Cash in Advance

الدفع المقدم نقداً

Case Study

دراسة حالة فردية

Cash Register

آلة تسجيل النقد

Cash

نقد

Cashier

صراف

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Catalog
كاتلوج

Central Market
سوق مركزي

Catalog House
محل للبيع عن طريق
الكتالوجات

Certificate of Origin
شهادة المنشأ

Catalog Showroom
Retailers
تجار البيع من خلال
الكاتولوجات

Chain Captain
منظم التوزيع
Chain Store
سلسلة متاجر

Catalogue Marketing
التسويق عن طريق
الكاتلوجات

Chairman
رئيس مجلس الإدارة

Causal Research
البحث السببي

Change
صرف (فكة ـ الباقي)

Celebrity
شخص مشهور

Channel Conflict
تضارب مصالح منافذ التوزيع

Census
التعداد السكاني

Channel Members
أعضاء منافذ التوزيع

Channel Objectives
أهداف قناة التوزيع

Channel of
Distribution

قنوات التوزيع

Channel Power

قوة منفذ التوزيع

Check

شيك

Chief Executive

كبير الإداريين التنفيذيين

Circular

منشور

Claim

مطالبة

Classification of
the Marketing
Opportunities

تصنيف الفرص التسويقية

Classified
Advertisings

إعلانات مبنوبة

Clients

عملاء (زبائن)

Close Sales

غلق عملية البيع

Closed End
Questions

الأسئلة المغلقة

Closeout

تصفية البضاعة

Clustering Sample

العينة العنقودية

Co-Branding

العلامة المشتركة

Code

مجموعة قوانين أو رموز

Cognitive
Dissonance

التنافر الإدراكي (الشعور بعدم
الرضا)

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Cognitive Learning
التعلم الفكري

Cold Call
المكالمات الباردة

Collection Delivery
التحصيل عند التسليم

Collection Period
مدة التحصيل

Collective Buying
الشراء الجماعي

Combination Export
Manager

مدير تصدير يمثل المنتج
ومكتب المبيعات في نفس
الوقت

Combined Target
Market Approach
الجمع بين نهج السوق
المستهدف

Combiners
الدمج

Commerce
تجارة

Commercial
Advertising
الإعلان التجاري

Commercial
Agreement
اتفاقية تجارية

Commercial Exhibit
معرض تجاري

Commercial
Information
المعلومات التجارية

Commercial Law
قانون تجاري

Commercial Letter
of Credit
خطاب اعتماد تجاري

Commercialization

طرح المنتج للتداول

Company

شركة

Commission

عمولة

**Comparative
(Comparison)
Advertising**

الإعلان المقارن

**Commission
Merchant**

تاجر بالعمولة

Competition

منافسة

Common Pricing

التسعير العام (سعر مشترك)

**Competition
Environment**

بيئة المنافسة

Communication

الاتصال

**Competition
Intelligence**

الاستخبارات التنافسية

**Communication
Processes**

عملية الاتصال

**Competition
Oriented Pricing**التسعير على أساس أسعار
المنافسين**Communication
Skills**

مهارات الاتصال

**Community
Shopping Centers**

مجمع تجاري محلي

**Competitive
Advantage**

الميزة التنافسية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Competitive Advertising

الإعلان التنافسي

Competitive Bid

عطاء تنافسي

Competitive Environment

البيئة التنافسية

Competitive Parity Method

المساواة مع المنافسين

Competitive Pricing

التسعير التنافسي

Competitor Analysis

تحليل المنافسين

Competitors

المنافسون

Complaint

شكوى

Complementary Product Pricing

سعر المنتج المتمم

Complementary Products

التكامل السلعي

Component Parts

القطع والمكونات

Comprehension

استيعاب

Concentrated Marketing

التسويق المركز

Concept Testing

اختبار الفكرة أو المفهوم

Conditional Sale

بيع مشروط

Confirmation

التأكيد

Confrontation Strategy

إستراتيجية المواجهة

Consortium

اتحاد شركات

Consultative Selling Approach

طريقة البيع الاستشاري

Consumable Supplies

مواد استهلاكية

Consumer Advertising

إعلان استهلاكي

Consumer Analysis

تحليل المستهلك

Consumer Behavior

سلوك المستهلك

Consumer Buying Behavior

السلوك الشرائي للمستهلك

Consumer Buying Decision Process

مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء

Consumer Buying Roles

أدوار السلوك الشرائي

Consumer Cooperatives

الجمعيات التعاونية الاستهلاكية

Consumer Goods

سلع استهلاكية

Consumer Markets

الأسواق الاستهلاكية

Consumer Oriented Marketing

التسويق الموجه للمستهلك

A		
B		
C	Consumer Oriented Sales Promotion	Consumer Spending
D	الترويج الموجه للتجار	الإِنفاق الاستهلاكي
E		
F	Consumer Panel	Consumer Surplus
G	هيئة المستهلكين	فائض المستهلك
H		
I	Consumer Price Index (CPI)	Consumerism
J	مؤشر لأسعار المستهلكين	حركة للمطالبة بحقوق المستهلك
K		
L	Consumer Price Sensitivity	Consumption
M	حساسية المستهلك للسعر	استهلاك
N		
O	Consumer Protection	Consumption Rate
P	حماية المستهلك	معدل الاستهلاك
Q		
R	Consumer Protection Agency	Contests
S	جمعية حماية المستهلك	المسابقات
T		
U	Consumer Satisfaction Measurement	Continuous Improvement
V	قياس رضا المستهلك	التطوير المستمر
W		
X		
Y		
Z		

Contractual Channel Systems

أنظمة القنوات التعاقدية

Controllable Variables

متغيرات يمكن السيطرة عليها

Convenience Food Stores

محلات التموين الغذائية الأساسية

Convenience Goods

السلع الميسرة

Convenience loyalty

الولاء المرتبط بالراحة

Convenience Sample

العينة المريحة

Conventional Channels of distribution

قنوات التوزيع التقليدية

Cooperative Advertising

الإعلان التعاوني

Copy Testing

اختبار النسخة

Copyright

حق النشر والتأليف

Copywriter

كاتب الإعلانات

Core Product

المنتج الجوهرى

Corporate Advertising

الإعلان المؤسسي

Corporate Identity

هوية الشركة

Corporate Image

صورة الشركة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Corporate Level
Planning

التخطيط على مستوى الشركة

Corporate Website
الموقع الإلكتروني للشركة

Cost Advantage
ميزة خفض التكاليف

Cost Center
مركز تكلفة

Cost Oriented
Pricing
التسعير على أساس التكلفة

Cost Per-call
التكلفة حسب المكالمة

Cost Per-Thousand
(CPM)
التكلفة لكل ألف شخص

Cost plus Pricing
التسعير على أساس التكلفة
المضافة

Cost Price
سعر التكلفة

Counter Marketing
تسويق مضاد

Counter Trade
التجارة المتقابلة

Coupon
قسيمة (كوبون)

Create Awareness
خلق الإدراك

Credit Note
إشعار دائن

Credit Services
خدمات الائتمان

Criteria Market
Segmentation
معايير تجزئة السوق

Cross Selling
البيع المتقاطع (الإضافي)

Cues الإشارات	Consumer (Customer) العميل
Cultural Barriers المعوقات الثقافية	Customer Care العناية بالعميل
Cultural Environment البيئة الثقافية	Customer Centered Company الشركة الموجهة للعملاء
Culture الثقافة	Customer Database قاعدة بيانات العملاء
Cumulative Discount الخصم التراكمي	Customer for Life (CFL) عميل مدى الحياة
Current Customers عملاء حاليون	Customer Information معلومات عن المستهلك
Current Marketing Situation الوضع التسويقي الراهن	Customer Lifetime Value قيمة العميل الدائمة

A		
B		
C	Customer Loyalty	Customer Rights
D	ولاء العميل	حقوق المستهلك
E		
F	Customer Participation	Customer Services
G	مشاركة العملاء	خدمة العملاء
H		
I	Customer Relations Department	Customer Value
J	إدارة علاقات العملاء	قيمة العميل
K		
L	Customer Relationship	Customers Expectation
M	العلاقة مع العملاء	توقعات العملاء
N		
O	Customer Relationships	Customers Satisfaction
P	Management (CRM)	رضا العملاء
Q	إدارة علاقات العملاء	Customers Service Standards
R		معايير خدمة العملاء
S	Customer Relationships Manager	
T	مدير علاقات العملاء	
U		
V		
W	Customer Retention	
X	المحافظة على العملاء	
Y		
Z		

D

Dairy Products

منتجات الألبان

Debit Note

إشعار مدين

Data

بيانات

Decentralization

اللامركزية

Data Bank

بنك المعلومات

Deciders

أصحاب القرار

Data Collection

جمع البيانات

Decision Making Unit

وحدة اتخاذ القرار

Database Marketing

قاعدة بيانات التسويق

Decision Support System (DSS)

نظام دعم اتخاذ القرار

Dealer

تاجر

Decline Stage

مرحلة الانحدار

Dealer Brand

العلامة التجارية للبائع

Decoding

عملية فك التشفير (التفسير)

Dealing Motives

دوافع التعامل

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Defensive
Advertising
الإعلان الدفاعي

Defensive Marketing
Strategies
إستراتيجية التسويق الدفاعية

Defensive Pricing
التسعير الدفاعي

Deficient Products
منتجات معيبة

Defining The
Problem
تحديد المشكلة

Delegate Member
عضو مجلس الإدارة

Deleting Products
حذف المنتجات

Delivery
التوصيل (التسليم)

Delivery Gap
فجوة التسليم

Delivery Note
إشعار التسليم

Delivery Order
إذن التسليم

Demand
الطلب

Demand Backward
Pricing
تسعير الطلب العكسي

Demand Curve
منحنى الطلب

Demand Oriented
Pricing

التسعير على أساس الطلب

Demarketing
تقليل الأنشطة التسويقية

Demographic Criteria

التجزئة على الأساس الديمغرافي

Demographic Factors

العوامل الديموغرافية
"السكانية"

Demography

علم السكان

Department Stores

متجر متعدد الأقسام

Deposit

إيداع

Depreciation

الاستهلاك

Derived Demand

الطلب المشتق

Descriptive Research

بحث وصفي

Desirable Product

المنتجات المرغوبة

Desire

خلق الرغبة

Desired Expectations

التوقعات المرغوبة

Desk Research

بحث مكثبي

Differential Marketing Strategy

إستراتيجية التسويق المتنوع أو المتباين

Differentiated Loyalty

الولاء المرتبط بالتميز

Differentiated Marketing

التسويق المتنوع

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Diffusion and
Adaption
الانتشار والتبني

Direct Mail Survey
الدراسات المسحية بالبريد
المباشر

Direct Advertising
إعلان مباشر

Direct Marketing
التسويق المباشر

Direct Channel
قنوات التوزيع المباشرة

Direct Materials
مواد أولية

Direct Distribution
توزيع مباشر

Direct Selling
بيع مباشر

Direct Exporting
التصدير المباشر

Discount
الخصم التجاري

Direct Investment
الاستثمار المباشر

Discount Stores
متاجر التخفيضات

Direct Mail
Advertising
الإعلان بالبريد المباشر

Discrepancy of
Assortment
التناقض في تشكيلة المنتجات

Direct Mail
Marketing
التسويق المباشر عبر البريد

Discrepancy of
Quantity
التناقض في الكمية

Discretionary
Income
الدخل المتاح

Disposable Income
الدخل المخصص للإنفاق

Distribution
التوزيع

Distribution Centre
مركز توزيع

Distribution
Intensity
كثافة التوزيع

Distribution Mix
مزيج التوزيع

Distribution
Structure
هيكل التوزيع

Diversification
Strategy
إستراتيجية التنوع

Divest Strategy
إستراتيجية الخروج

Dogs Products
المنتجات قليلة الحظ في السوق

Domestic Market
السوق المحلي

Door To Door
Selling
البيع من خلال الطواف
بالمنازل

Down Payment
الدفعة المقدمة

Downtime
وقت توقف

Downward
Communication
الاتصال النازل

Drives
الدوافع

A		
B		
C	Drop Shippers	Durable Goods
D	متعهدو الطلبات	السلع المعمرة
E	Dual Distribution	Dynamic Pricing
F	ثنائية التوزيع	التسعير الديناميكي
G		
H	Dumping	
I	الإغراق	
J		
K		
L		
M		
N		
O		
P		
Q		
R		
S		
T		
U		
V		
W		
X		
Y		
Z		

E

Early Adopters

أوائل المبادرين

Economic Utility

المنفعة الاقتصادية

Early Majority

الأكثرية المبكرة

Educational
Advertising

الإعلان التعليمي

Easy to Use

سهل الاستعمال

Ego

تحقيق المكانة

E-Commerce

التجارة الإلكترونية

Electronic
Government

الحكومة الإلكترونية

Economic Cycle

دورة اقتصادية

Electronic Mail
(E-mail)

البريد الإلكتروني

Economic
Environment

البيئة الاقتصادية

Electronic Marketing
(E-Marketing)

التسويق الإلكتروني

Economic Of Scale

اقتصادات الحجم الكبير

Economic Shopper

المتسوق الاقتصادي

Elite

النخبة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Embargo
حظر

Emergency Goods
سلع الطوارئ (الاضطرارية)

Emotional
(Irrational) Motives
دوافع عاطفية

Emotional Apples
النداء العاطفي

Emotional Decision
قرار عاطفي

Emotional loyalty
ولاء عاطفي

Emotional Needs
حاجات عاطفية

Employment Agency
وكالة توظيف

Empowerment
التمكين

Encoding
ترميز

Enterprise
مشروع

Entrepreneur
المبادر – صاحب المشروع

Entry Barriers
عراقيل الدخول

Environment
Scanning
المسح البيئي

Environmentalism
مناصرو البيئة

Equipments
معدات

Essential Products
المنتجات الضرورية

Esteem Needs
الحاجة للتقدير

Ethical Pricing

التسعير الأخلاقي

Ethnic Groups

المجموعات العرقية

Evaluation

التقييم

Evaluation of
Alternatives

تقييم البدائل

Event Management

إدارة المناسبات

Exchange

التبادل

Exclusive
Distribution

التوزيع الحصري

Exhibition Show

معرض تجاري

Exhibition Stand

جناح المعرض

Expatriates
Manpower

العمالة الأجنبية

Expected Service

الخدمة المتوقعة

Experience

خبرة – تجربة

Experimental
Research

البحث التجريبي

Exploratory
Research

بحث استكشافي

Export

التصدير

Export Channel

قناة تصدير

A		
B		
C	Export Companies	External
D	شركات التصدير	Communication
E	Express Warranty	الاتصالات الخارجية
F	ضمان صريح	External Customer
G		العميل الخارجي
H	Extended Family	External
I	الأسرة الممتدة	Environment
J	Extended Problem	البيئة الخارجية
K	Solving	External Market
L	الحل الموسع للمشكلة	السوق الخارجي
M		
N	External Audit	Extra Taxes
O	التدقيق الخارجي	الضرائب الإضافية
P		
Q		
R		
S		
T		
U		
V		
W		
X		
Y		
Z		

F

Facilitating Product

منتجات التسهيل

Factory Outlet

منفذ بيعي لمصنع

Familiarity loyalty

الولاء بالتعامل المألوف

Family

الأسرة

Family Brand Name

علامة العائلة لمنتجات الشركة

Family Life Cycle

دورة حياة العائلة

Family Packaging

التغليف العائلي

Family Size

حجم الأسرة

Fast Moving
Consumer Goods
(FMCG)

سلعة استهلاكية سريعة التلف

Fear Appeal

إغراء الخوف

Feasibility Study

دراسة الجدوى

Feedback

تغذية راجعة

Field Research

دراسة ميدانية

Field Sales Manager

مدير المبيعات الميداني

Final Consumer

المستهلك النهائي

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Final Report

التقرير النهائي

Financial

Commitments

الإلتزامات المالية

Financial Risk

المخاطرة المالية

Fixed Cost

تكاليف ثابتة

Fixed Salary

الراتب الثابت

Flattering Demand

الطلب المتناقص

Focus Group

مجموعة التركيز

Follow Up

المتابعة

Following

Competition

اتباع المنافسين

Forecasting

التنبؤ

Foreign Agent

الوكيل الأجنبي

Foreign Competition

المنافسة الأجنبية

Foreign Distributor

الموزع الأجنبي

Foreign Sales Branch

مكتب المبيعات الخارجي

Form Utility

المنفعة الشكلية

Formal

Communication

الاتصالات الرسمية

Frame of Reference

الإطار المرجعي

Franchise

حق الامتياز

Franchise House

بيت الامتيازات

Franchising

Contract

عقود الامتياز

Free Sample

العينة المجانية

Free Trade Area

منطقة التجارة الحرة

Freelance

عامل حر (مستقل)

Frequency

التكرار

Frequency
Marketing Program

برامج الاستمرار

Fringe Benefit

ميزة إضافية

Frozen Product

سلع مجمدة

Full Demand

الطلب الكامل

Full Service

Wholesalers

متاجر الجملة العادية

Full-Service
Advertising Agency

وكالة إعلان متكاملة

Functional Discount

الخصم الوظيفي

Functional
Modification

التعديلات الوظيفية

A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

Q

R

S

T

U

V

W

X

Y

Z

G

Gadget

أداة أو آلة

Gap Analysis

تحليل الفجوات

Gap Value

فجوة القيمة

Gatekeeper

مراقبو المعلومات

Gender

نوع الجنس

Gender

Segmentation

التقسيم حسب الجنس

General
Merchandise

Retailers

متاجر التجزئة العامة

General Merchandise

Wholesalers

متاجر الجملة العامة

General Product

منتج عام

General store

متجر عام

Generic Advertising

إعلان عام

Generic Competition

المنافسة الشاملة

Generic Product

منتج عام

Geographic Based
Sales Forceالقوة البيعية على أساس
جغرافي

Geographic Segmentation

التجزئة على أساس جغرافي

Geographical Pricing

التسعير الجغرافي

Gift

هدية

Global Brand

علامة تجارية عالمية

Global Markets

الأسواق الدولية

Global Product

منتج عالمي

Goal

الغرض (الهدف)

Going Rate Pricing

التسعير على أساس السوق

Goods

السلع

Goodwill

شهرة الشركة

Government Market

السوق الحكومي

Gray Market

السوق الرمادي

Green Marketing

التسويق الأخضر

Gross National Product (GNP)

الدخل القومي للسلع

Group Force

تأثير الجماعات المرجعية

Growth Stage

مرحلة النمو

A		
B		
C	Guarantee	Guerrilla Marketing
D	Certificate	حرب عصابات التسويق
E	شهادة ضمان	
F		Guest
G	Guerrilla Attack	ضيف
H	هجوم العصابات	
I		
J		
K		
L		
M		
N		
O		
P		
Q		
R		
S		
T		
U		
V		
W		
X		
Y		
Z		

H

Habitual Buying Behavior

السلوك الشرائي الاعتيادي

Heterogeneous Group

مجموعه متنافرة

Handling Objections

معالجة الاعتراضات

High Involvement Product

منتجات الاستغراق الكامل

Happy Hours

الساعات السعيدة

Holding Company

الشركة القابضة

Hard Selling

تكثيف البيع (البيع الصعب)

Home Appliances

الأجهزة المنزلية

Hard to Copy Product

سلع يصعب تقليدها

Home Banking

العمليات المصرفية من المنزل

Hardware Stores

محلات بيع المعدات والأدوات

Home Delivery

التوصيل للمنازل

Harvest Strategy

إستراتيجية الحصاد

Homogenous Group

مجموعة متجانسة

A		
B		
C	Horizontal	House Ownership
D	Communication	حيازة المسكن
E		
F	Horizontal	Human Behavior
G	Marketing System	السلوك الإنساني
H	نظم التسويق الأفقية	Human Resources
I	Horizontal Pricing	الموارد البشرية
J	Fixing	Hypermarket
K	تثبيت السعر أفقيًا	أسواق التموين الضخمة
L		
M	Hospitality	Hypotheses
N	Marketing	الفرضيات
O	تسويق الضيافة	
P		
Q		
R		
S		
T		
U		
V		
W		
X		
Y		
Z		

Ideal Expectations

التوقعات المطلوبة

Ideal Market
Exposure

عرض السوق المثالي

Ideas

أفكار

Ideas Generation

إنتاج الأفكار

Ideas Marketing

تسويق الأفكار

Ideas Screening

غربلة الأفكار

Identity loyalty

الولاء للاسم

Image Advertising

الإعلان الانطباعي

Image Building

بناء الصورة الذهنية

Image Pricing

التسعير على أساس المظهر

Imitation

التقليد

Imitative Strategy

إستراتيجية التقليد

Implementation

التطبيق

Implied Warranty

ضمان غير صريح

Impulse Goods

سلع النزوة

Impulse Purchasing

الشراء الفوري

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

In-depth Interview
المقابلات الشخصية العميقة

Incentive
الحافز

Income Statement
بيان الدخل

Independent Retailer
متجر مستقل

Indirect Advertising
الإعلان غير المباشر

Indirect Distribution
توزيع غير مباشر

Indirect Marketing
تسويق غير مباشر

Individual Brand
Name

العلامة الفردية

Industrial
Advertising
الإعلان الصناعي (الفني)

Industrial Consumer
المستهلك الصناعي

Industrial Goods
السلع الصناعية

Industrial Market
السوق الصناعي

Industrial Marketing
التسويق الصناعي

Industrial
Purchasing

الشراء الصناعي

Industrial Relations
علاقات صناعية

Industry
الصناعة

Inelastic Demand

الطلب غير المرن

Inferior Goods

سلع رديئة

Inflation

التضخم

Influence of
Advertising

تأثير الإعلان

Influence of
Salespeople

تأثير رجال البيع

Influencer

المؤثر

Infomercial

إعلان إخباري

Informal Advertising

إعلان إعلامي

Informal
Communication

الاتصالات غير الرسمية

Information

معلومات

Information Search

البحث عن المعلومات

Information
Technology

تكنولوجيا المعلومات

Informative
Advertising

الإعلان الإخباري

Initiators

المبادر

Innovations

ابتكارات

Innovative
Marketing

التسويق المبتكر

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Innovators

المغامرون

Integrated Marketing
Communication
(IMC)

Inseparability

التلازمة

الاتصالات التسويقية المتكاملة

Intensity of Use

كثافة الاستخدام

Insert

المقحمة (الإنسيرت)

Intensive
Distribution

التوزيع المكثف (الشامل)

Inspection Buying

الشراء بعد المعاينة

Installations

التجهيز أو التركيب

Interactive
Marketing

التسويق التفاعلي

Institutional
Advertising

الإعلان المؤسسي

Interceptive
Interview

اللقاءات الشخصية

Institutional Market

السوق المؤسسي

Interest

الاهتمام

Intangible

غير ملموس

Intermediaries

الوسطاء

Internal
Communication
الاتصالات الداخلية

International
Markets
الأسواق العالمية

Internal Customer
العميل الداخلي

International Pricing
التسعير الدولي

Internal
Environment
البيئة الداخلية

International
Products
المنتجات الدولية

International
Advertising
الإعلان الدولي

International
Promotion
الترويج الدولي

International
Contracts
العقود الدولية

Internet Marketing
(I Marketing)
التسويق عبر الإنترنت

International
Distribution
التوزيع الدولي

Interview
مقابلة

International
Marketing
التسويق الدولي

Introduction Price
Dealing
تمهيد سعر (السعر التقديمي)

A		
B		
C	Introduction Stage	Inventory Management
D	مرحلة تقديم السلعة	إدارة المخزون
E	Invention	
F	ابتكار	Irregular Demand
G		طلب غير منتظم
H	Inventory	
I	المخزون	
J	Inventory Control	
K	الرقابة على المخزون	
L		
M		
N		
O		
P		
Q		
R		
S		
T		
U		
V		
W		
X		
Y		
Z		

J

Japan External Trade
(JETRO)

إدارة تجارة اليابان الخارجية

Job

عمل

Job Description

وصف العمل

Job Rotation

تدوير العمل

Joint Product

منتجات مترابطة

Joint Promotion

إعلان مترابط

Joint Venture

مشاريع مشتركة

Jumbo Pack

منتج أو عبوة بحجم كبير

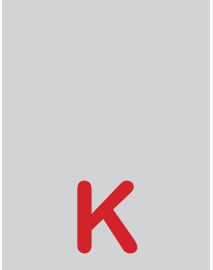
Junk Mail

البريد غير المرغوب فيه

Just in time (JIT)

في الوقت المحدد

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z



Kaizen
التحسين المستمر

Key Account
حساب رئيس

Kill a Project
رفض مشروع

Kiosk
كشك

Know-how
الخبرة والمعرفة

Kosher
كوشر (صحيح أو ملائم)
باللغة العبرية



Labeling
التبيين

Lack of Marketing
Know-How
قلة الخبرة التسويقية

Laggards
المتقاعسون

Late Majority
المشترون الحذرون

Latent Demand
الطلب الكامن

Launching
الانطلاق والتقديم

Law of Demand and
Supply
قانون الطلب والعرض

Law of Diminishing
Demand
قانون تناقص الطلب

Leader Pricing
التسعير الجاذب (الأسعار
الرائدة)

Learning
التعلم

Leasing
التأجير

Legal Market
السوق القانوني

Length of Channel
طول قناة التوزيع

Length of Product
Life Cycle
طول دورة حياة المنتج

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Letter of Credit

خطاب اعتماد

List Price

قائمة الأسعار

Licensed Brand

العلامة التجارية المرخصة

Lobbying

الاستمالة

Licensing

ترخيص

Local Advertising

إعلان محلي

Lifestyle Analysis

تحليل أسلوب الحياة

Long Range Plan

تخطيط طويل المدى

Limited Line Stores

مخازن محدودة الخط الإنتاجي

Low Class

الطبقة الدنيا (المنخفضة)

Limited Problem
Solving

الحل المحدود للمشكلة

Low Involvement
Product

منتجات منخفضة الاستغراق

Limited Service
Advertising Agency

وكالة إعلان محدودة

Low Pricing Policy

سياسة السعر المنخفض

Loyalty Contract

ولاء الارتباط

Limited Wholesaler

متاجر الجملة المتخصصة

Luxury Products

المنتجات الكمالية



Macro Environment

عوامل البيئة الكلية

Macro Marketing

التسويق على المستوى الكلي

Magazine Advertising

إعلان في مجلة

Mail Order

Wholesalers

متاجر الجملة بالبريد

Mailing List

القوائم البريدية

Mail-Order Sales

البيع بالبريد

Major Accounts

Sales Force

فريق المبيعات للحسابات

المهمة

Management

الإدارة

Management

Contract

عقد الإدارة

Manager

مدير

Managing

Differentiation

إدارة التمييز

Managing Services

إدارة الخدمات

Managing Supply

and Demand

إدارة العرض والطلب

Manufacture Brands

الاسم التجاري للجهة الصانعة

A		
B		
C	Manufactures	Market Based Sales
D	Agents	Force
E	وكلاء المصنعين	القوة البيعية على أساس السوق
F	Manufactures Sales	
G	Branches	Market Challenger
H	فروع مبيعات المصنعين	شركة متحدية في السوق
I		
J	Marginal Analysis	Market
K	التحليل الحدي	Concentration
L	Mark	التركيز (التركز) في الأسواق
M	الماركة	Market
N		Development
O	Markdown Pricing	تطوير وتنمية السوق
P	مبيعات الفرصة (تخفيض السعر)	Market
Q		Development
R	Markdown Ratio	Strategy
S	نسبة التخفيض	إستراتيجية تطوير السوق
T		
U	Market	Market Expansion
V	السوق	توسيع السوق
W		
X	Market Analysis	Market Follower
Y	تحليل السوق	شركة تابعة للسوق
Z		

Market Growth

نمو السوق

Market Research

بحوث السوق

Market Information
Center

مركز المعلومات التسويقية

Market Risk

مخاطر تسويقية

Market Saturation

تشبع السوق

Market Information
Function

وظائف معلومات السوق

Market Segment

قطاع سوقي

Market Introduction

تقديم المنتج للسوق

Market
Segmentation

تجزئة السوق

Market Leader

شركة قائدة للسوق

Market Share

الحصة السوقية

Market Niche

شريحة تسويقية صغيرة

Market Size

حجم السوق

Market Penetration

اختراق السوق

Market Targeting

استهداف السوق

Market Positioning

التمركز في السوق

Market Test

اختبار السوق

A		
B		
C	Marketer	Marketing
D	المسوق	Consultant Firms
E	Marketing	شركات الاستشارات
F	التسويق	التسويقية
G		Marketing Control
H	Marketing (Era)	الرقابة التسويقية
I	Concept	
J	المفهوم (عصر) التسويقي	Marketing Efficiency
K	Marketing	الكفاءة التسويقية
L	Advantage	Marketing
M	الميزة التنافسية التسويقية	Environnent
N		البيئة التسويقية
O	Marketing Audit	
P	المراجعة التسويقية	Marketing Ethics
Q	Marketing Budget	أخلاقيات التسويق
R	ميزانية تسويقية	Marketing Function
S		وظائف التسويق
T	Marketing	
U	Challenges	Marketing
V	تحديات التسويق	Implementation
W	Marketing	التنفيذ التسويقي
X	Communication	
Y	الاتصالات التسويقية	
Z		

Marketing
Information System
(MIS)

نظم المعلومات التسويقية

Marketing
Intelligence
الاستخبارات التسويقية

Marketing
Management
إدارة التسويق

Marketing Message
رسالة تسويقية

Marketing Mistakes
أخطاء تسويقية

Marketing Mix
المزيج التسويقي

Marketing Mix
Objectives
أهداف المزيج التسويقي

Marketing Myopia
قصر النظر التسويقي

Marketing Network
الشبكة التسويقية

Marketing
Objectives
الأهداف التسويقية

Marketing Offer
العرض التسويقي

Marketing
Opportunities
الفرص التسويقية

Marketing
Organization
التنظيم التسويقي

Marketing
Orientation
التركيز التسويقي

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Marketing Plan

خطة التسويق

Marketing Risk

مخاطر التسويق

Marketing Policy

سياسات التسويق

Marketing Service

Agency

وكالات الخدمات التسويقية

Marketing Process

العملية التسويقية

Marketing Strategy

الإستراتيجية التسويقية

Marketing Program

البرنامج التسويقي

Marketing Success

نجاحات تسويقية

Marketing Research

بحوث التسويق

Marketing

Techniques

التقنيات التسويقية

Marketing Research

Firms

شركات بحوث التسويق

Marketing Tool

أداة تسويقية

Marketing Research

International

بحوث التسويق الدولية

Marketplace

مكان السوق

Marketing Research

Process

عمليات أبحاث التسويق

Markup

رفع السعر

Maslow Hierarchy of Needs

هرم ماسلو للحاجيات

Mass Audience

جمهور المشاهدين

Mass Marketing

التسويق (الموحد) الشامل

Mass Media

وسائل النشر واسعة الانتشار

Mass Merchandisers

التخزين الإجمالي

Mass Merchandising

المتاجر العامة

Mass Merchandising Concept

مفهوم التخزين الإجمالي

Mass Production

الإنتاج الكبير

Mass Selling

البيع (الجماعي) بكميات كبيرة

Material Management

إدارة المواد

Materials and Parts

المواد والأجزاء

Mature Product

منتج ناضج

Maturity Stage

مرحلة النضوج

Maximize Customer Satisfaction

تعظيم الإشباع للعملاء

Maximize Quality of Life

رفع مستوى الحياة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Maximize
the Market
Consumption

تعظيم حجم الاستهلاك في
السوق

Me Too Product

سلع متشابهة (تقليد)

Measurable
Responses

قياس ردة الفعل

Media

وسائل الإعلام

Media Buying

شراء وسائل إعلانية
“إعلامية”

Media Class

نوعية الوسيلة

Media House (Firm)

شركة للوسائل الإعلانية
“الإعلامية”

Media Impact

التأثير الإعلامي

Media Plan

خطة الوسائل الإعلامية

Media Vehicles

الوسيلة الإعلامية

Membership Group

مجموعات العضوية

Mental Needs

حاجات عقلية

Merchandising

تصريف البضاعة

Merchandising
Management

إدارة البضائع

Merchant
Wholesalers

تجار الجملة

Message
الرسالة

Moment of Truth
لحظات الحقيقة

Message Source
مصدر الرسالة (المرسل)

Monetary
Transaction
العمليات النقدية

Micro Environment
عوامل البيئة الجزئية

Monopolistic
Competition
المنافسة الاحتكارية

Micro Marketing
التسويق على المستوى الجزئي

Monopoly
الاحتكار

Middle Class
الطبقة الوسطى

Moral Appeals
المناشدة الأخلاقية

Milking the Brand
حلب العلامة التجارية

Most Valuable
Customers
العملاء الأكثر قيمة

Mission Statement
الرسالة

Motivation
الدوافع

Modified Rebuy
الشراء المعدل

Modifying Existing
Products
تعديل المنتجات الحالية

Multi Brand Strategy
إستراتيجية تعدد العلامات
التجارية

A		
B		
C	Multi Segment	Mystery shopping
D	Marketing	التسوق السري
E	التسويق الموجه لعدد من	
F	شرائح السوق	
G	Multimedia	
H	الوسائط المتعددة	
I		
J		
K		
L		
M		
N		
O		
P		
Q		
R		
S		
T		
U		
V		
W		
X		
Y		
Z		

N

National Advertising

الإعلان الوطني (العام)

Needs

الاحتياجات

Nationalism

الوطنية أو القومية

Negative Demand

الطلب السلبي

Natural
Environment

البيئة الطبيعية

Negotiated Contract
Buying

عقود البيع القابلة للتفاوض

Natural Monopoly

احتكار طبيعي

Negotiated Pricing
Policy

سياسة التفاوض على السعر

Natural Products

المنتجات الطبيعية

Neighborhood
Shopping Centers

السوق المركزي للحي

Nature of Marketing

طبيعة التسويق

Neuromarketing

التسويق العصبي

Need Recognition

الشعور بالحاجة

Net Profit

صافي الربح

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Net Sales

صافي المبيعات

No Demand

عدم وجود الطلب

Network Marketing

التسويق الشبكي

Noise

إزعاج (تشويش)

Net Weight

الوزن الصافي

Non Cumulative

Discount

الخصم الكمي غير المتجمع

New Entrants

الداخولون الجدد للسوق

Non Durable Goods

سلع غير معمرة

New Product

منتج جديد

Non Personal

Communication

وسائل اتصال غير شخصي

New Task Buying

شراء منتج جديد

Nonprofit

Organization

منظمة شرعية ”لا تهدف

للربح“

Newspaper

Advertising

الإعلان الصحفي

Newspaper

Circulation

حجم التوزيع



Objectives
الأهداف

Oligopoly
احتكار القلة

Objectives and Task
Method
طريقة الأهداف والواجبات

One Price Policy
سياسة السعر الموحد

Observational
Research

البحث عن طريق الملاحظة

One Stop Shopping
مكان واحد للتسوق

Online Advertising
الإعلان على الإنترنت

Obtaining Demand
خلق الطلب

Open Ended
Questions

الأسئلة المفتوحة

Odd Even Pricing
الأسعار الكسرية

Operating Expense
مصاريف التشغيل

Off Price Retailer
متاجر التوفير

Operating Goods
منتجات تشغيل

Old Customer
عميل قديم

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Operating Statement
الملخص المالي للعمليات

Operational Reports
تقارير العمليات

Opinion Leaders
قادة الرأي

Opportunity Cost
تكلفة الفرصة البديلة

Order Getters
جالبو الطلبات

Order Takers
متسلمو الطلبات

Out of Home Media
وسائل إعلانية خارجية

Outbound Call
مكالمات صادرة

Outdoor Advertising
إعلانات الطرق

Outsourcing
التعاقدات الخارجية

Overfull Demand
الطلب الزائد

Overhead
مصاريف

Overproducing
زيادة إنتاج

Overtime
وقت إضافي

Ownership Motives
دوافع الامتلاك

P

Packaging
التعبئة والتغليف

Payroll
كشف الرواتب

Parts
الأجزاء

Penetration Pricing
التسعير الاختراقي

Part-time Job
عمل جزئي

Pension
معاش التقاعد

Patronage Advertising
إعلانات التعامل

Perceived Motive
الدافع المدرك

Patronage Motives
دوافع التعامل

Perceived Quality
الجودة المدركة

Patronage Reward
مكافآت الاستعمال

Perceived Service
الخدمة المدركة

Pattern of Consumption
نمط الاستهلاك

Perceived Value Pricing
التسعير على أساس القيمة المدركة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Percentage of Sales Method

طريقة نسبة المبيعات

Perception الإدراك

Perceptual Map الخريطة الإدراكية

Perceptual Marketing التسويق الإدراكي

Perfect Competition المنافسة الكاملة

Perfect Market السوق الكامل (المثالي)

Performance Risk مخاطرة الأداء

Peripheral Services خدمات طرفية

Perishable غير قابل للتخزين

Person Marketing تسويق الأشخاص

Personal Communication Channels قنوات الاتصال الشخصي

Personal Digital Assistant (PDA) مساعد رقمي شخصي

Personal Income الدخل الشخصي

Personal Influence التأثير الشخصي

Personal Interview مقابلة شخصية

Personal Needs الحاجات الشخصية

Personal Selling

البيع الشخصي

Physical Evidences

الشهادات الطبيعية

Personality

الشخصية

Physical Product

التوزيع المادي

Persuade

إقناع

Physical Risk

المخاطرة البدنية

Persuasive
Advertising

الإعلان الإقناعي

Physiological Needs

الحاجات الفسيولوجية

Petty Cash

مصاريف نثرية

Pilot Launch

الانطلاقة التجريبية

Phase Out

التخلص التدريجي

Pink Marketing

التسويق الوردي

Physical Distribution

التوزيع المادي

Pioneering
Advertising

الإعلان الرائد

Physical Distribution
Firms

شركات النقل والتخزين

Place

المكان

Place Marketing

تسويق الأماكن

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Place Utility
المنفعة المكانية

Planned Shopping
Center
مركز التسوق المخطط

Pleasing Products
منتجات ممتعة

Point Of Purchase
Display
العرض عند نقطة الشراء

Point of Sales
نقطة البيع

Political and Legal
Environment
البيئة السياسية والقانونية

Political Variables
المتغيرات السياسية

Population
السكان ”أو مجموع عينة
الدراسة في أبحاث التسويق“

Positioning
المكانة الذهنية

Possession Utility
المنفعة الحيازية

Post Experience
بعد التجربة

Post Payment
الدفع المؤجل

Post Purchase
Behavior
سلوك ما بعد الشراء

Poster
البوستر (الإعلانات الطليقة)

Potential Customer
العميل المرتقب (المحتمل)

Potential Entrants
الداخلون المحتملون للسوق

Potential Market
السوق المرتقب

Pre-Approach
أسلوب التحضير المسبق

Preliminary Investigation
التحري التمهيدي

Premium Pricing
سعر أعلى

Premiums
الجوائز

Prepaid
مدفوع مقدما

Pre-Purchase Behavior
سلوك ما قبل الشراء

Pre-Purchase Decision
قرار ما قبل الشراء

Presentation
العرض

Press Conference
المؤتمرات الصحفية

Press Release
خبر صحفي

Pressure Groups
مجموعات الضغط

Prestige Pricing
أسعار المكانة (البريستيج) أو التسعير المفخم

Previous Budget
الميزانية السابقة

Price
السعر

Price Analyst
محلل أسعار

Price Cash Flows
أهداف متعلقة بالتدفقات النقدية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Price Changes

تغير الأسعار

Price Limit

تحديد السعر

Price Competition

منافسة الأسعار

Price Lining

أسعار المجموعات

Price Discounting

أسعار الخصم

Price Pack

الرزمة السعرية

Price Discrimination

التمييز السعري

Price Parallelism

تطابق السعر

Price Elasticity of Demand

مرونة الطلب

Price Perception

إدراك السعر

Price Elasticity Of supply

مرونة العرض

Price Quotation

عرض أسعار

Price Reduction

تخفيض السعر

Price Fixing

تحديد السعر

Price Shading

البيع بالقائمة

Price Flexibility

مرونة التسعير

Price War

حرب الأسعار

Priceless

لا يقدر بثمن

Pricing for Market Share

أهداف سعرية متعلقة بالحصّة
السوقية

Pricing for Market Stability

التسعير بهدف الحفاظ على
استقرار السوق

Pricing for Profit

التسعير بهدف الربح

Pricing for Sales Volume

التسعير بهدف تحقيق حجم
مبيعات

Pricing Leader

القيادة السعرية

Pricing Mechanism

آلية التسعير

Pricing Methods

طرق التسعير

Pricing Objectives

أهداف التسعير

Pricing Policies

سياسات التسعير

Pricing Strategies

إستراتيجية التسعير

Primary Advertising

إعلانات الطلب الأولي

Primary Data

البيانات الأولية

Primary Demand

طلب أولي

Primary Demand Strategies

إستراتيجيات الطلب الأساسي

Primary Motives

الدوافع الأولية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Primary Reference Group
الجماعة المرجعية الأولى

Prime time
وقت الذروة

Print Media
الوسائل المطبوعة

Private Brand
الاسم التجاري الخاص

Privatization
الخصخصة

Proactive Strategy
الإستراتيجية الاستباقية

Problem Identification
التعرف على المشكلة

Problem Recognition
إدراك المشكلة

Problem Solving
حل المشكلة

Process Goods
المواد الإنتاجية

Process Materials
المواد التحويلية

Product Adaptation
مواءمة المنتج

Product Advertising
الإعلان السلعي

Product Attributes
صفات المنتج

Product Based Sales Force
القوة البيعية على أساس المنتج

Product Benefits
منافع المنتج

Product Bundle Pricing

التسعير على أساس حزم
المنتجات

Product Classification

تصنيف المنتج

Product Demonstration

عرض المنتج

Product Mix Depth (Product Assortment)

عمق المزيج السلعي

Product Design

تصميم المنتج

Product Development

تطوير المنتج

Product Differentiation

التمييز السلعي

Product Idea

فكرة المنتج

Product Identification

تمييز المنتج

Product Image

صورة المنتج

Product Information

معلومات عن المنتج

Product Item

وحدة المنتج

Product Lifecycle (PLC)

دورة حياة المنتج

Product line

خط المنتجات

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Product Line
Extension

توسيع خط المنتجات

Product
Modification

تعديل المنتجات

Product Line Pricing

تسعير خط المنتجات

Product Orientation

التركيز على المنتج

Product Loyalty

الولاء للمنتج

Product Placement

الإشارة (وضع) للمنتج

Product Manager

مدير منتج

Product Planning

تخطيط السلع

Product Mix

المزيج السلعي

Product Portfolio
Models

نماذج تحليل المنتجات

Product Mix Breadth

اتساع المزيج السلعي

Product Positioning

المكانة السوقية للمنتج

Product Mix
Consistency

تناسق المزيج السلعي

Product Quality

جودة المنتج

Product Mix Length

طول المزيج السلعي

Product Recall

طلب إعادة المنتج

Product
Segmentation
تقسيمات السلع

Product
Specification
مواصفات المنتج

Product
Standardization
نمطية المنتج

Product Support
Services
خدمات دعم المنتج

Product Trial
تجربة المنتج

Product Type
تصنيف المنتج

Product Utility
فائدة السلعة

Product Value
قيمة المنتج

Product Mix Width
عرض مزيج المنتجات

Production
الإنتاج

Production (Era)
Concept
المفهوم (عصر) الإنتاجي

Production Goods
السلع الإنتاجية

Products
المنتجات

Products
Diversification
تنويع المنتجات

Professional
Advertising
الإعلان المهني

Professional Pricing
التسعير المهني

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Profit

الربح

Promotion

الترويج

Profit and Loss
Statement

بيان الأرباح والخسائر

Promotion Mix

المزيج الترويجي

Promotional
Allowances

مسموحات الترويج

Profit Center

مركز ربح

Profit Margin

هامش ربحي

Promotional
Discount

الخصم الترويجي

Profit Maximizing

تعظيم الأرباح

Promotional
Objectives

أهداف الترويج

Profit Oriented
Objectives

الأهداف المتعلقة بالربح

Promotional Pricing

التسعير الترويجي

Profitable Customer

العميل المربح

Promotional Tools

أدوات ترويجية

Profit-sharing

المشاركة بالأرباح

Propensity To
Consume

الميل للاستهلاك

Propensity To Invest

الميل للاستثمار

Proposal Solicitation

استدراج العروض

Prospecting

البحث عن العملاء المرتقبين

Prospective Buyer

مشتري محتمل

Prototypes Product

نماذج أولية للمنتجات

Psychographics

النمط اليومي

Psychographic
Segmentation

التجزئة على أساس العوامل
النفسية

Psychological
Discount

الخصم النفسي

Psychological
Motives

الدوافع العاطفية

Psychological
Pricing

التسعير النفسي
(السايكولوجي)

Public Image

الصورة الذهنية العامة

Public Opinion

الرأي العام

Public Relations

العلاقات العامة

Public Service
Advertising

إعلان الخدمة العامة

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Public Warehouse

المستودعات العامة

Purchase Intention

نية الشراء

Publicity

الدعاية

Purchase Motivation

محفزات الشراء

Publishing

النشر

Purchaser

منفذ الشراء أو المشتري

Pull Strategy

إستراتيجية الجذب

Purchasing

الشراء

Punishment

العقاب

Purchasing Power

القدرة الشرائية

Purchase Behavior

السلوك الشرائي

Pure Competition

المنافسة التامة

Purchase by
Installment

الشراء بالتقسيط

Push Strategy

إستراتيجية الدفع

Purchase Decision

قرار الشراء

Q

Qualitative Research

البحث النوعي

Quality

الجودة

Quality Control

مراقبة الجودة

Quality

Modifications

تعديلات مستوى الجودة

Quantitative

Research

البحث الكمي

Quantity Discounts

الخصم الكمي

Question Mark
Products

منتجات عليها علامة استفهام

Questionnaire

استبانة

Questionnaire Code

ترميز استمارة الأسئلة

Quotas

حصة نسبية

Quota Sampling

العينة الحصصية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

R

Rack Jobbers

تاجر البيع القطاعي

Rational Appeal

النداء العقلاني

Radio Advertising

إعلان راديو

Rational Decision

قرار عقلائي

Rail Roads

السكك الحديدية

Rational Motives

دوافع عقلانية

Random Sampling

عينة عشوائية

Raw Materials

مواد خام

Rate Card

بطاقة أسعار

Reach

الوصول أو الاستهداف

Rate of Purchase

معدلات الشراء

Reactive Strategy

الإستراتيجية التفاعلية

Rate Of Return

سرعة دوران البضاعة

Rebates

إعادة جزء من المبلغ المدفوع
(الخصومات)

Rate of Usage

معدل الاستخدام

Recall

قياس الاستجابة

Redemption

استرداد

Receiver

المُستقبل

Referee Power

القوة المرجعية

Recession

ركود/ تراجع

Reference Group

المجموعة المرجعية

Reciprocity

تبادل المصالح

Reference Price

الأسعار المرجعية

**Recognition of
Unsatisfied Need**

الشعور بالحاجة

Referral

التوصية (الإحالة)

Recommendation

توصية

**Registered
Trademark**

الماركة المسجلة

**Recurrent
Information**

المعلومات متكررة الحدوث

Regular Pricing

الأسعار المعتادة

Recycled Products

سلع معاد تصنيعها

Reinforcement

التعزيز

A		
B		
C	Relationship	Research Design
D	Marketing	تصميم البحث
E	التسويق عبر العلاقات	
F	Relaunch	Resellers
G	إعادة إطلاق منتج	بائعون
H		Responsive
I	Reliability	الاستجابة
J	الثبات	
K	Remarketing	Responsive
L	تجديد النشاط التسويقي	Marketing
M		التسويق الاستجابي
N	Reminder	Results
O	Advertising	نتائج
P	الإعلان التذكيري	
Q	Repetitive Purchase	Retail Store
R	الشراء المتكرر	منفذ بيعي
S		Retailers
T	Replacement	تجار التجزئة
U	الإحلال	
V	Research And	Retailing
W	Development	تجارة التجزئة
X	البحوث والتطوير	
Y		
Z		

Return On
Investment

العائد على الاستثمار

Rewards

المكافآت

Risk Taker

القدرة على تحمل المخاطر

Return On Sales

العائد على المبيعات

Routine Problem
Solving

الحل الروتيني للمشكلة

Reverse Auction

المزاد العكسي

Reverse Marketing

التسويق العكسي

Run of Paper (ROP)

أي مكان في الصحيفة

A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

Q

R

S

T

U

V

W

X

Y

Z

S

Safety Needs

الحاجة للأمان

Sales Force Structure

هيكلية القوة البيعية

Safety Stock

مخزون الأمان

Sales Forecasting

التنبؤ بالمبيعات

Salary Plus
Commission

طريقة المرتب الثابت والعمولة

Sales Index

مؤشر المبيعات

Sales Lead

قيادة البيع

Sales

البيع

Sales Potential

المبيعات المحتملة

Sales Budget

ميزانية المبيعات

Sales Letter

خطاب البيع

Sales Coverage

تغطية المبيعات

Sales Management

إدارة المبيعات

Sales Figure

أرقام المبيعات

Sales Orientation

التركيز على البيع

Sales Oriented
Objectives
الأهداف المتعلقة بالمبيعات

Sales Outlet
منفذ بيعي

Sales Per Employee
المبيعات لكل موظف

Sales Per Square
Foot
المبيعات لكل قدم مربع

Sales Person
رجل البيع

Sales Plan
تخطيط المبيعات

Sales Policy
سياسة المبيعات

Sales Promotion
تنشيط المبيعات

Sales Proposal
عرض بيعي

Sales Quotes
حصة المبيعات

Sales Representative
مندوب مبيعات

Sales Response
استجابة المبيعات

Sales Revenue
عائدات المبيعات

Sales Terms
شروط البيع

Sales Territory
منطقة البيع

Sales Volumes
حجم المبيعات

Salesman
رجل بيع

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Salesmanship
فن البيع

Salespeople
رجال البيع

Sample
عينة

Searching for
Alternatives
البحث عن بدائل

Seasonal Discounts
الخصم الموسمي

Seasonal Price
أسعار موسمية

Secondary Data
البيانات الثانوية

Secondary Reference
Group
جماعات مرجعية ثانوية

Segmentation
Criteria
معايير تجزئة السوق

Segmented Pricing
التسعير المجزئ

Selective Advertising
إعلان انتقائي

Selective Attention
الانتباه الانتقائي

Selective Demand
طلب انتقائي

Selective Distortion
التحريف الانتقائي

Selective
Distribution
التوزيع الانتقائي

Selective Exposure
التعرض الانتقائي

Selective Motives

الدوافع الانتقائية

Selling (Era) Concept

المفهوم (عصر) البيعي

Selective Perception

الإدراك الاختياري

Selling Agents

وكلاء البيع

Selective Pricing

التسعير الانتقائي

Selling Expenses

تكاليف المبيعات

Selective Retention

الحفظ الانتقائي

Selling Formula

Approach

البيع المنهج

Self Actualization

الحاجة إلى تحقيق الذات

Selling Function

وظيفة المبيعات

Self Concept

المفهوم الذاتي

Selling Methods

طرق البيع

Self Employed

أشخاص ذوو مهنة حرة

Selling Price

سعر البيع

Self Service Retailers

تجارة التجزئة الذاتية

Selling Process

عملية البيع

Seller Market

سوق البائع

Sender

المرسل

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Separation of
Ownership
فواصل الملكية

Separation of Values
فواصل القيم

Sequential Sampling
العينة المتعاقبة

Service Delivery
تقديم الخدمة

Service Flats
شقق للإيجار

Service Intangibility
الخدمات غير الملموسة

Service Mark
العلامة التجارية للخدمة

Service Product
Planning
تخطيط المنتج الخدمي

Service Variability
تنوع الخدمة

Services
الخدمات

Services
Classifications
تصنيف الخدمات

Servicing Demand
خدمة الطلب

Setup Time
وقت التجهيز

Shareholders
مساهمون

Shelf Space
مساحة العرض

Shipment
شحنة

Shipping
شحن البضائع

Shopping at Home

الشراء من المنزل

Shopping Center
(Mall)

مركز التسوق

Shopping Goods

سلع التسوق

Shopping List

قائمة المشتريات

Short List

قائمة مختصرة

Short Term Planning

تخطيط قصير المدى

Single Line Stores

المحلات ذات النوعية الواحدة
من السلع

Single Target Market
Approach

الخيار الأوحده للسوق
المستهدف

Situation Analysis

تحليل الموقف

Situational Influence

التأثيرات الموقفية

Skimming Pricing

التسعير على أساس كشط
السوق

Sky Sales

المبيعات الجوية

Slogan

شعار لفظي

Small Businesses

الأعمال الصغيرة

Social Class

الطبقة الاجتماعية

Social Environment

البيئة الاجتماعية

Social Information

المعلومات الاجتماعية

A		
B		
C	Social Marketing	Soft Selling
D	التسويق الاجتماعي	البيع السهل
E	Social Needs	Sold
F	الحاجات الاجتماعية	مباع
G		
H	Social Responsibility	Sole Agent
I	المسؤولية الاجتماعية	وكيل وحيد
J		
K	Social Risk	Spam
L	المخاطرة الاجتماعية	غير المرغوب فيه
M		
N	Social Survey	Spatial Separation
O	المسح الاجتماعي	الفواصل المكانية
P		
Q	Social Values	Special Event Pricing
R	القيم الاجتماعية	أسعار المناسبات الخاصة
S	Societal Marketing Concept	Specialized Industry
T	مفهوم التسويق الاجتماعي	صناعة متخصصة
U		
V	Socioeconomic Criteria	Specialty Goods
W	التجزئة على أساس العوامل	السلع الخاصة
X	الاجتماعية والاقتصادية	Specialty Stores
Y		متاجر خاصة
Z		

Specialty Wholesalers

تجار (المنتجات الخاصة)
بالجملة

Spiritual Needs

حاجات روحية

Spokesman

المتحدث الرسمي

Sponsorship

رعاية تجارية

Stakeholders

أصحاب المصلحة

Standard Industrial Classification Codes (SIC)

رموز التصنيف الصناعي العام

Standard Of Living

مستوى المعيشة

Standardization

التميط (القولبة، التقييس)

Standardization And Grading

تحديد المقاييس والمستويات

Standardized Items

مواد نمطية

Standardized product

منتج نمطي

Staples "Regular" Goods

المنتجات الأساسية "المعتادة"

Stars Products

المنتجات النجوم

Status Quo Pricing Objectives

المحافظة على الوضع الراهن
للأسعار

Stimulus Demand

تحفيز الطلب

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Stock

مخزون

Strap line

الشعار الإعلاني المكتوب

Stock Control

رقابة المخزون

Strategic Business Unit

وحدة الأعمال الإستراتيجية

Stock Turnover

دورة المخزون

Strategic Growth Matrix

مصفوفة إستراتيجية النمو

Stocking Allowances

قيمة إعطاء أولوية للمنتج على الرفوف

Strategic Information

معلومات إستراتيجية

Storage

التخزين

Strategic Plan

الخطة الإستراتيجية

Store Convenience

المتاجر الميسرة

Stratified Sampling

عينة طبقية

Straight Rebuy

الشراء الروتيني

Style Modification

تعديلات في أشكال وأنماط السلع

Straight Salary

المرتب الثابت

Subculture

ثقافة فرعية

Subliminal Advertising
الإعلان اللاشعوري (الخفي)

Subsidiary
شركة تابعة

Substitute Product
المنتج البديل

Suggestive Selling
البيع الاقتراحي

Super Sizing
الحجم الضخم

Superior Services
خدمة فائقة الجودة

Supermarkets
متاجر الخدمة الذاتية

Superstores
المتاجر الكبيرة

Supervisor
مشرف

Suppliers
الموردون

Supplier Selection
اختيار المورد

Supplies
المستلزمات

Supplies and Services
الإمدادات والخدمات

Supply
العرض

Supply Curve
منحنى العرض

Supporting Products
منتجات الدعم

Supporting Salespeople
مساعدو البائعين (الأشخاص الداعمون)

A		
B		
C	Surrounding	Switching Cost
D	Environment	Loyalty
E	البيئة المحيطة	الولاء الناتج عن ارتفاع تكلفة
F		التغيير
G	Surveys	
H	الدراسات المسحية	SWOT Analysis
I		تحليل سوات
J	Survival Objectives	
K	أهداف البقاء	Symbolic Value
L		قيمة رمزية
M	Sweepstakes	
N	السحوبات (اليانصيب)	Systematic
O		Forecasting Process
P		خطوات عملية التنبؤ الفعال
Q		
R		
S		
T		
U		
V		
W		
X		
Y		
Z		

T

Tactical Information

معلومات تكتيكية

Tactical Marketing Plan

خطط التسويق التكتيكية

Target Audience

الجمهور المستهدف

Target Costing

وضع التكاليف المستهدفة

Target Market

السوق المستهدف

Target Return Objective

الربح المستهدف

Tariffs

التعرفة الجمركية

Task Utility

منفعة المهمة

Team Selling

الفريق البيعي

Teaser Campaign

حملة إثارة الفضول

Technological Environment

البيئة التكنولوجية

Telemarketing (telesales)

التسويق الهاتفي

Telephone and Direct Mail Retailing

تجار التجزئة بواسطة التلفون

أو البريد

Telephone Survey

الدراسات المسحية الهاتفية

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Televised Retailing
البيع عن طريق التلفزيون

Television
Advertising
الإعلان التلفزيوني

Temporal Separation
الفواصل الزمانية

Test Marketing
الاختبارات التسويقية

Testimonial
تزكية أو شهادة

The Concept of
Marketing
مفهوم التسويق

The Development of
Marketing
مراحل تطور الفكر التسويقي

Third Part Logistics
(TPL)
مقدم الخدمات اللوجستية
المستقل

Tie In Sales
مبيعات الربط

Time Management
إدارة الوقت

Time Pricing
التسعير على أساس الوقت

Time Utility
المنفعة الزمانية

Top down Planning
التخطيط من الأعلى للأدنى

Top of Mind
أولوية في العقل

Total Cost
إجمالي التكاليف

Total Market
Demand

إجمالي طلب السوق

Total Quality Management (TQM)
إدارة الجودة الشاملة

Total Variable Costs
مجموعة التكاليف المتغيرة

Tourism Marketing
التسويق السياحي

Trade Discount
الخصم التجاري

Trade In Allowance
علاوة استبدال

Trade Mark
العلامة التجارية

Trade Name
الاسم التجاري

Trade Oriented Sales Promotion
الترويج الموجه للتجار

Trade Promotion
الترويج التجاري

Trade Show
المعرض التجاري

Trading Down
تخفيض السعر لزيادة المبيعات

Trading Stamps
الطوابع التجارية

Traditional Channel Systems
نُظم القناة (الوسيلة) التقليدية

Traditionals
التقليديون

Trail
التجربة

Transaction
التعامل التجاري (الصفقات)

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Transaction
Marketing
التسويق بالصفقات

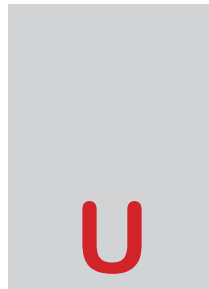
Truck Wholesalers
بائعو الجملة بواسطة
الشاحنات

Transit Advertising
الإعلان المتحرك (الجوال)

Two Part Pricing
التسعير على جزئين

Transporting
النقل

Types of Salespeople
أنماط البيع الشخصي



Ultimate Consumer
المستهلك الأخير

Undercover
Marketing
التسويق الخفي

Uncontrollable
Variables

متغيرات لا يمكن السيطرة
عليها

Under Positioning

انخفاض تركز المكانة السوقية
للمنتج

Undifferentiated
Marketing

التسويق الموحد

User

المستخدم

Unfair Competition

التنافس غير العادل

Uniform Delivered
Pricing

سعر التوصيل الموحد

Unique Selling
Proposition (USP)

مقترح البيع الفريد

Unique Users

مستخدم وحيد

Unsought Product

المنتج غير المنشود "غير
المدرک"

Unwholesome
Demand

الطلب السيئ

Upper Class

الطبقة العليا

Upward
Communication

الاتصال الصاعد

User

المستخدم

User-friendly

سهل الاستعمال

Utilities

مرافق (منافع)

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

V

Vacation (Holiday)

إجازة – عطلة رسمية

Validity

المصادقية

Value Added

قيمة مضافة

Value Added Tax

(VAT)

ضريبة القيمة المضافة

Value Analysis

تحليل القيمة

Value Based Pricing

التسعير المبني على القيمة

Value in Use Pricing

القيمة في استخدام السعر

Value Marketing

التسويق القيمي

Value Pricing

القيمة السعرية

Value Proposition

وعد القيمة

Values

القيم

Variable Cost

تكاليف متغيرة

Variable Pricing

سياسة السعر المتغير

Vending Machine

مكائن البيع الذاتي

Vendor

البائع

Vendor Analysis

تقييم الموردين عن طريق
التحليل

Vertical Competition

منافسة رأسية (عمودية)

Vertical Fixing

تثبيت السعر رأسيا (عموديا)

Vertical Integration

التوافق أو التكامل العمودي
"التكافل الرأسي"

Vertical Marketing System

نظام التسويق العمودي

Vice President

نائب رئيس

Viral Marketing

التسويق الفيروسي

Vision Statement

الرؤية المستقبلية

Visual Communication

الاتصالات المرئية

Volume Industry

الصناعات الضخمة

W

Waiting Time

وقت الانتظار

Win-Win Strategy

إستراتيجية الكسب لجميع
الأطراف

Wants

الرغبات

Word-of-mouth

التواصل الشفوي (المنطوق)

Warehouse

مخزن

Working Capital

رأس المال العامل

Warranty

الضمان

World Bank

البنك الدولي

Water Carriers

النقل المائي

World Trade

Organization (WTO)

منظمة التجارة العالمية

Wholesalers

تجار الجملة

Willingness to Buy

الرغبة في الشراء

Window Shopping

نافذة التسوق

Y

Yellow Pages
Advertising
الصفحات الصفراء للإعلان

Youth Market
سوق الشباب

Z

Zapping
تغيير القنوات

Zone
منطقة جغرافية

Zero Defects
انعدام العيوب

Zone Poring
أجر الشحن

Zip Code
الرمز البريدي

Zone Pricing
منطقة التسعير

Ziping
التسريع

Handwriting practice lines consisting of 20 horizontal dotted lines.

