

## فهرس المحتويات

I. ....	كلمة الشكر
II. ....	الإهداء
III. ....	فهرس المحتويات
V. ....	قائمة الأشكال
VI. ....	قائمة الجداول
أ. ....	المقدمة العامة

### الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لإستراتيجيات التمييز في الصناعة

02. ....	تمهيد
03. ....	المبحث الأول: التمييز كسلوك إستراتيجي للمؤسسات الصناعية
03. ....	المطلب الأول: السلوكات الإستراتيجية في الصناعة - مقارنة نموذج SCP -
13. ....	المطلب الثاني: ماهية إستراتيجيات التمييز
21. ....	المبحث الثاني: أنواع إستراتيجيات التمييز في المؤسسات الصناعية
21. ....	المطلب الأول: تمييز المنتج
39. ....	المطلب الثاني: تمييز السعر
45. ....	المبحث الثالث: مستلزمات ومخاطر إستراتيجيات التمييز في المؤسسات الصناعية
45. ....	المطلب الأول: شروط نجاح إستراتيجيات التمييز
48. ....	المطلب الثاني: فوائد ومخاطر تبني إستراتيجيات التمييز
52. ....	خلاصة الفصل الأول

### الفصل الثاني: تنمية الحصة السوقية في الصناعة من خلال إستراتيجيات التمييز

54. ....	تمهيد
55. ....	المبحث الأول: السوق، هيكله وأشكاله
55. ....	المطلب الأول: مفاهيم متعلقة بالسوق
59. ....	المطلب الثاني: هيكل السوق

73	المطلب الثالث: أشكال السوق.....
79	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول الحصة السوقية.....
79	المطلب الأول: مفهوم الحصة السوقية.....
86	المطلب الثاني: مراحل تنمية الحصة السوقية.....
96	المبحث الثالث: مساهمة استراتيجيات التمييز في تنمية الحصة السوقية.....
96	المطلب الأول: دور تمييز المنتج في تنمية الحصة السوقية.....
105	المطلب الثاني: دور تمييز السعر في تنمية الحصة السوقية.....
110	خلاصة الفصل الثاني.....

### الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية بمؤسسة فديلة للمياه المعدنية ببسكرة

112	تمهيد.....
113	المبحث الأول: عرض عام عن مؤسسة فديلة للمياه المعدنية.....
113	المطلب الأول: تقديم مؤسسة فديلة للمياه المعدنية.....
117	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة فديلة.....
	المبحث الثاني: هيكل سوق المياه المعدنية في الجزائر واستراتيجيات التمييز في مؤسسة فديلة.....
123	المطلب الأول: هيكل سوق المياه المعدنية في الجزائر وتحليل وضعية مؤسسة فديلة.....
131	المطلب الثاني: استراتيجيات التمييز بمؤسسة فديلة للمياه المعدنية.....
139	المبحث الثالث: دراسة مساهمة إستراتيجيات التمييز في تنمية الحصة السوقية لمؤسسة فديلة.....
139	المطلب الأول: دور تمييز المنتج في تنمية الحصة السوقية لمؤسسة فديلة.....
148	المطلب الثاني: دور تمييز السعر في تنمية الحصة السوقية لمؤسسة فديلة.....
156	خلاصة الفصل الثالث.....
158	الخاتمة العامة.....
162	قائمة المراجع.....