|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| عنوان الوحدة | الوحدة 4: خطة التسويق |  | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | | | | |
| ساعات التعلم الموجَّه | 30 |  | كتابة الواجب | AW/ Assignment work | كتابة الواجب | RS/Revision Session | جلسة المراجعة |
| عدد الدروس | 30 |  | متحدث ضيف | GS /Guest Speaker | المتحدث الضيف | V/ Visit | الزيارة |
| مدة الدرس | 45 دقيقة ( حصة ) |  | الدراسة المستقلة | IS/ Independent Study | دراسة مستقلة | GW/ Group Work | عمل جماعي |
| فترة التنفيذ من 2023/9/1 حتى 2023/10/31 | |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 1 | مقدمة | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يتعرف الى المصطلحات والموضوعات الرئيسة التي ترتبط بالتسويق * يعدد الأهداف الخاصة بوحدة التسويق * يظهر وعيا بأهمية العروض الترويجية | * GW(عمل جماعي ) | * العرض التقديمي من المعلم:   قم بتزويد الطلبة بنظرة عامة عن الوحدة وموضوعاتها وأهداف التعلم والمصطلحات الرئيسة الخاصة بها | 10 دقائق | * استخدام الصور الفوتوغرافية * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب صفحة106/107 | التقييم التكويني:  ( الاسئلة والاجوبة )  ( حدد أهداف التعلم الخاصة بالوحدة )  ( ما اهم المصطلحات الرئيسة الخاصة بالوحدة) |
| * العمل ضمن مجموعات:   كلف الطلبة العمل في مجموعات صغيرة للبحث في مفهوم التسويق وما يرتبط به من مفاهيم وأهداف .  اطلب من كل مجموعة عرض نتائجها أمام بقية المجموعات | 20 دقيقة |
| * مناقشة الفصل:   قم بإدارة مناقشة مع الطلبة بناءً على إجابات الطلبة واستجاباتهم. اعرض صورا توضح المصطلحات التسويقية والابطها بالاهداف الرئيسة للتسويق، وناقش الطلبة بالامثلة التي توضحها، مع التأكيد على اهمية العروض الترويجية | 10 دقائق |
| * النشاط الختامي:   أكِّد على نقاط التعلم الرئيسة عن طريق الاسئلة والاجوبة | 5 دقيقة |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 2 | أبحاث التسويق | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * **يبين مدى تأثير عوامل بيستل على الشركة** * يميز بين أنواع أبحاث التسويق | * GW(عمل جماعي ) * AW **(**كتابة الواجب**)** | * العرض التقديمي من المعلم :   قم بشرح مفهومي البحث والبحث التسويقي | 5 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب (108/109) * اللوح والاقلام * أوراق عمل | التقييم التكويني   * دراسة طريقة بحث أولية كتاب الطالب (108/109) تحديد ما إذا كانت طريقة بحث أساسية أم ثانوية. * دراسة حالة   وتحديد عوامل بيستل  مع الاخذ بالاعتبار مدى تأثيرها على الشركة .(كتاب الطالب 112) |
| * مناقشة بقيادة المعلم:   اطرح مثالا على المنتج واطلب من الطلبة معرفة أكبر قدر عن مظهره ووظيفته ومكان نشأته وماذا كان هناك بدائل للمنتج. | 5 دقيقة |
| * دراسة حالة/ العمل ضمن مجموعات:   **وزع الطلبة الى مجموعات**  **كلف كل مجموعة بدراسة حالة وتحديد عوامل بيستل مع الاخذ بالاعتبار مدى تأثيرها على الشركة**  كلف المجموعات بعرض إجاباتهم ومناقشتها مع طلبة المجموعات الأخرى | 15 دقيقة |
| * دراسة طريقة بحث أولية كتاب الطالب (108/109) تحديد ما إذا كانت طريقة بحث أساسية أم ثانوية. * دراسة حالة   وتحديد عوامل PEST  مع الاخذ بالاعتبار مدى تأثيرها على الشركة .(كتاب الطالب 112) | 15 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   **قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس ، ومن ثم اعط واجبا منزليا للطلبة وكلفهم بحله** | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 3 | عملية اتخاذ المشتري للقرار | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يستنتج اهمية تحليل السوق واتخاذ قرار الشراء * يعدد مراحل عملية اتخاذ المشتري القرار * يعطي أمثلة على اهمية تحليل السوق واتخاذ قرار الشراء | * GW(عمل جماعي ) * AW **(**كتابة الواجب**)** | * حل الواجب :   ناقش الطلبة في اجاباتهم حول الواجب السابق، وتأكد من صحتها | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب(112/114) * العرض التقديمي للمعلم * اللوح والاقلام * أجهزة حاسوب * اوراق عمل | التقييم التكويني   * الأسئلة والاجوبة:   (ناقش اهمية تحليل السوق) |
| * العرض التقديمي من المعلم :   اشرح اهمية تحليل السوق واهمية عملية اتخاذ المشتري للقرار ومراحلها | 10 دقائق |
| * العمل ضمن مجموعات:   وزع الطلبة الى مجموعات  كلف كل مجموعة بتوضيح اهمية تحليل السوق واتخاذ قرار الشراء من خلال طرح مثال العلامات التجارية المختلفة لمعجون الاسنان  كلف المجموعات بعرض إجاباتهم ومناقشتها مع طلبة المجموعات الأخرى | 20 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   اطلب من الطلبة تلخيص النتائج التي توصلوا إليها وكتابتها على السبورة | 5دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 4 | نقطة البيع الفريدة | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يميز نقاط البيع الفريدة عن غيرها * يعطي أمثلة على نقطة البيع الفريد لعدد من المنتجات * يشرح كيف يتم تقسيم العملاء واستهدافهم | * GW   (عمل جماعي ) | * التهيئة :   قم بتذكير الطلبة بأهمية ابحاث التسويق وتحليل بيستل ومراحل اتخاذ قرار الشراء | 10 دقيقة | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب 113/114) * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * أوراق عمل * أجهزة حاسوب * انترنت | التقييم التكويني   * الاسئلة والاجوبة   (اطرح خمس أمثلة على منتجات واشرح نقطة البيع الفريدة لكل منتج) |
| * المناقشة الصفية:   ناقش الطلبة في مفهوم نقطة البيع الفريدة وما يجعل العملاء يرغبون في شراء الخدمة أو المنتج | 10 دقيقة |
| * العمل ضمن مجموعات   وزع الطلبة الى مجموعات  كلف كل مجموعة بدراسة مجموعة من المنتجات وشرح نقطة البيع الفريدة لهذه المنتجات.  كلف المجموعات بعرض إجاباتهم ومناقشتها مع طلبة المجموعات الأخرى | 20 دقائق |
| * النشاط الختامي :   لخص مفهوم نقاط البيع الفريدة وكيف يتم تقسيم العملاء واستهدافهم | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 5 | المزيج التسويقي (المنتج) | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يقارن بين السلعة والمنتج * يربط بين التسويق والمزيج التسويقي * يفرق بين الخدمات الملموسة وغير الملموسة والمنتج | * GW   (عمل جماعي ) | * العرض التقديمي من المعلم :   وضح مفهوم التسويق وبين مدى ارتباط المفهوم بمجموعة من العناصر تسمى المزيج التسويقي | 10 دقيقة | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب(115   /116)   * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * أجهزة حاسوب * انترنت * أوراق عمل | التقييم التكويني   * الاسئلة والاجوبة   نشاط:  اختر احدى الشركات واظهر المزيج التسويقي لها . |
| * العمل ضمن مجموعات   قسم الصف الى مجموعات  اطلب من كل مجموعة البحث عن المزيج التسويقي لشركة ما  اطلب من كل مجموعة تقديم ملحوظاتهم على عمل المجموعات الاخرى ومناقشتها مع طلبة المجموعات الأخرى | 20 دقيقة |
| * الاسئلة والاجوبة :   اطرح اسئلة على الطلبة حول مفهوم المزيج التسويقي والفرق بين السلعة والمنتج ويقارن بين الخدمات الملموسة وغير الملموسة والمنتج واستمع الى اجاباتهم وقيم مدى ادراكهم للموضوع | 10 دقائق |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس، واطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حولها. | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 6 | المزيج  التسويقي  (المكان ، والسعر ) | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يشرح العوامل التي تحدد كيفية توصيل المنتجات للعملاء (المكان) * يوضح أهمية المنتج والمكان عند تسويق المنتج * يظهر الفرق بين استراتيجيات التسعير | * GW(عمل جماعي ) * AW **(**كتابة الواجب**)** | * العرض التقديمي من المعلم :   اشرح للطلبة العوامل التي تحدد كيفية توصيل المنتجات للعملاء (المكان) | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب (117/118) * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * أجهزة حاسوب * انترنت * أوراق عمل | التقييم التكويني   * نشاط : كلف الطلبة بالتحدث حول العوامل التي تأخذها الشركة بعين الاعتبار عند اختيار الموقع (شريحة 23) كتاب الطالب 117 |
| * العمل ضمن مجموعات   وزع الطلبة الى مجموعات  كلف كل مجموعة بـ "دراسة استراتيجيات التسعير المحتملة لكل منتج  كلف المجموعات بعرض إجاباتهم وناقشهم فيها | 20 دقيقة |
| * مناقشة صفية:   ناقش الطلبة في التسعير بالتكفلة الاضافية والتسعير القائم على المنافسين والتسعير على اساس كشط السوق | 10 دقائق |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس وكلف الطلبة بحل الواجب المنزلي | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 7 | الترويج | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يربط بين المزيج التسويقي والترويج * يستنبط انواع الترويج * يذكر العوامل المؤثرة على الترويج | * GW(عمل جماعي ) * AW **(**كتابة الواجب**)** | * حل الواجب :   ناقش الطلبة في اجاباتهم حول الواجب السابق، وتأكد من صحتها | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب (115/118) * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الصور * أجهزة حاسوب * انترنت * أوراق عمل | النشاط التكويني  الاسئلة والاجوبة  اربط بين المزيج التسويقي والترويج |
| * العرض التقديمي من المعلم :   اشرح المزيج التسويقي وارتباطه بالترويج كعنصر أساسي | 10 دقائق |
| * العمل ضمن مجموعات   وزع الطلبة الى مجموعات  اعرض عليهم مجموعة من الصور المختلفة حول الترويج واطلب منهم ذكر أنواع الترويج المختلفة واربطها بالتكلفة والفئة العمرية المستهدفة  كلف المجموعات بعرض إجاباتهم ومناقشتها مع طلبة المجموعات الأخرى | 20 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس. واطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 8 | الاساليب التقليدية للترويج | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يتعرف الخريطة الذهنية للعروض الترويجية للمزيج التسويقي * يعدد الانواع التقليدية للترويج * يعطي امثلة على الاساليب التقليدية للترويج * يستكشف مزايا وعيوب أنواع الترويج | * GW(عمل جماعي ) * IS (الدراسة المستقلة) | * النشاط التمهيدي:   استرجع ما تم مناقشته في الدرس السابق من مفهوم الترويج و أنواعه من خلال التعلم باللعب (المسابقات) | 5 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * (كتاب الطالب119) * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الحاسوب | التقييم التكويني:  الأسئلة والاجوبة   * استخراج مزايا وعيوب انواع الترويج عن طريق المؤثرين |
| * العرض التقديمي من المعلم   اشرح للطلبة مفهوم الخريطة الذهنية للعروض الترويجية للمزيج التسويقي (كتاب الطالب119) | 10 دقيقة |
| * المناقشة الصفية:   ناقش الطلاب بأنواع الترويج التقليدية كالاعلان بأنواعه واطلب منهم أمثلة عليها | 10 دقائق |
| * النشاط الفردي/ النشاط الزوجي:   أعطِ الطلبة مجموعة من اساليب الترويج واطلب من كل طالب على انفراد استكشاف المزايا والعيوب لأنواع الترويج.  اطلب من كل طالب اختيار زميل وعرض اجاباته عليه  اعرض على الطلبة الاجابات الصحيحة | 15  دقيقة |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس. واطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حول ذلك | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 9 | ترويج المبيعات | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يذكر أمثلة على الرعاية * يذكر أماكن اقامة الفعاليات * يعلل اختيار صفقات الرعاية من قبل الشركات * يذكر مزايا وعيوب الرعاية والبيع الشخصي والبريد والعلاقات العامة | * GW(عمل جماعي ) * IS (الدراسة المستقلة) | * العرض التقديمي من المعلم :   اشرح للطلبة مفهوم امثلة على أنواع الترويج كالبريد المباشر والبيع الشخصي | 5 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب   118/124   * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * أوراق العمل * الحاسوب | التقييم التكويني  نشاط:  اطلب من الطلبة استخدام الانترنت للبحث عن مزايا وعيوب ترويج المبيعات والرعاية والبريد المباشر والبيع الشخصي والعلاقات العامة |
| * العمل ضمن مجموعات   قسم الطلاب لمجموعات واطلب منهم استخدام الانترنت للبحث عن مزايا وعيوب كل من البيع الشخصي والبريد والمباشر والعلاقات العامة ، وكتابتها على شكل قائمة  كلف المجموعات بعرض إجاباتهم ومناقشتها مع طلبة المجموعات الأخرى | 20  دقيقة |
| * النشاط الفردي   اطلب من الطلبة البحث بشكل منفرد عن أمثلة للرعاية، وأماكن اقامة الفعاليات وسبب اختيار الشركات لصفقات الرعاية  وجه الطلبة لمشاركة اجاباتهم مع الطلبة | 15 دقائق |
| * النشاط الختامي :   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس.  اطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حول ذلك. | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 10 | دليل النجاح والاخفاق في الترويج  (الترويج الناجح) | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يعطي أمثلة على عروض ترويجية ناجحة * يدرس حالات النجاح بالترويج * يستنتج اسباب النجاح بالترويج | * GW(عمل جماعي ) * IS   الدراسة المستقلة | * **التهيئة والتحفيز: )5 دقائق)** * قم بمراجعة الدرس السابق مع الطلبة واربطه بالدرس الحالي. * حدد هدف التعلم، وناقش الطلبة حول التوقعات والأهداف الخاصة المطلوب تحقيقها في هذا الدرس. | 5 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب (125/126) * العرض التقديمي * للمعلم * اللوح والاقلام * الانترنت * الحاسوب * أوراق العمل | التقييم التكويني  نشاط:   * دراسة حالة حول الطالب الذي يفكر في فتح مقهى كتاب الطالب (125 /126) * كلف الطلبة باختيار شركة أو منتج للبحث عنها وكتابة تقرير موجز يتناول ~~الترويج~~ |
| * دراسة حالة/ العمل ضمن مجموعات   وزع الطلبة الى مجموعات  كلف كل مجموعة بـ "دراسة حالات" للعروض الترويجية الناجحةواستنتاج اسباب النجاح  كلف المجموعات بعرض إجاباتهم وناقشهم فيها | 20 دقيقة |
| * النشاط الزوجي:   قسم الطلبة على شكل أزواج واطلب من كل زوج استخدام روابط مواقع الويب للبحث في العروض الترويجية واطلب منهم شرح سبب نجاح كل منها  كلف بعض الازواج بالحديث عن مثال واحد يتمثل فيه نجاح العروض الترويجية | 15  دقيقة |
| * النشاط الختامي:   كلف الطلبة بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس وكتابتها على السبورة | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 11 | دليل النجاح والاخفاق في الترويج  (فشل الترويج  العوامل التي تؤثر على نجاح وفشل الانشطة الترويجية) | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يعطي أمثلة على عروض ترويجية فاشلة * يستنتج اسباب فشل الانشطة الترويجية * يتعرف على العوامل التي تؤثر في نجاح وفشل الانشطة الترويجية | * GW(عمل جماعي ) * IS (الدراسة المستقلة) | * العرض التقديمي من المعلم:   قدم للطلبة مجموعة من الانشطة الترويجية غير الناجحة واشرح اسباب فشلها | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب   (125/128)   * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الحاسوب | التقييم التكويني  نشاط :  صمم صورة لمدرستك لاضافتها الى مواردها الترويجية واشرح سبب ملائمتها للمؤسسة (كتاب الطالب 125) |
| * النشاط الزوجي:   قسم الطلبة على شكل أزواج واطلب من كل زوج استخدام روابط مواقع الويب للبحث في العروض الترويجية واطلب منهم شرح سبب فشل كل منها  كلف بعض الازواج بالحديث عن مثال واحد يتمثل فيه فشل العروض الترويجية | 15  دقيقة |
| * النشاط الفردي:   اطلب من الطلبة العمل بشكل فردي للتحدث عن العوامل المؤثرة على نجاح وفشل الانشطة الترويجية  كلف الطلبة بعرض نتائجهم على المجموعة لمشاركة المعرفة والتعلم. | 15 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس.  اطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حول ذلك | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 12 | ملخص هدف التعلم أ | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدروس السابقة * يلخص الموضوعات المتعلقة بالمفاهيم التسويقية والترويجية المختلفة | * GW(عمل جماعي ) * IS (الدراسة المستقلة) * RS **(**جلسة مراجعة**)** | * العرض التقديمي من المعلم:   قم بتزويد الطلبة بنظرة عامة على الموضوعات التي يغطيها هدف التعلم وأجب على أي أسئلة لدى الطلبة. واستخدم الأسئلة لتقييم التعلم والفهم إذا لزم الأمر. | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب(129/130) * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * اختبار * الحاسوب | التقييم التكويني  تقييم تدريبي/كتاب الطالب (129/130) |
| * النشاط الجماعي:   اطلب من الطلبة العمل في مجموعات صغيرة لإكمال اختبار صممه المعلم لتقييم التعلم والفهم من خلال الأسئلة التفاعلية. واختم بمناقشة أي مجالات تبدو صعبة على الطلبة | 15 دقيقة |
| * النشاط الفردي:   اطلب من الطلبة اختيار نشاط تجاري والتحدث عن التسويق والترويج  كلف الطلبة بعرض نتائجهم على المجموعة لمشاركة المعرفة والتعلم. | 15 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   أكِّد على نقاط التعلم الرئيسة | 5 دقائق |
| هدف التعلم (ب): التعرف على كيفية وضع خطة تسويقية لمنتج جديد | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 13 | خطة التسويق/  مكونات خطة التسويق  (أهداف التسويق  الرسالة التسويقية  أبحاث التسويق) | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يوضح مكونات خطة التسويق الواردة في الدرس * يربط ابحاث خطة التسويق بمكونات خطة التسويق | * IS (الدراسة المستقلة) | * العرض التقديمي من المعلم:   قدم عرضا تقديما حول خطة تسويق نموذجية واطلب من الطلبة وضع تعليقات توضيحية عليها وعلى مكوناتها | 15 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب   (131/133)   * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * أوراق العمل * الحاسوب | التقييم التكويني   * الاسئلة والاجوبة   (حدد مكونات خطة التسويق ) |
| * المناقشة الصفية:   اطلب من الطلبة تحديد مجموعة من الاستجابات التي يمكن استخدامها لكل مكون وناقشهم بها وفق الاتي:  \*تعريف السوق والتجزئة  \*مراجعة أهداف التسويق (من هدف التعلم أ)  \*الاعتماد على الهدف من خطة التسويق لاختيار الرسالة التسويقية المناسبة | 20 دقائق |
| * النشاط الفردي   اطلب من الطلبة - بشكل فردي- مراجعة الطرق المرتبطة بالبحوث الاساسية والثانوية بالنسبة لابحاث التسويق وعرض معلوماتهم على زملائهم الطلبة وربطها بمكونات خطة التسويق | 5 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس. واطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حول ذلك | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 14 | خطة التسويق  (اختيار مزيج تسويقي مناسب  اختيار الوسائط المناسبة  تخصيص الميزانية والجداول الزمنية ) | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يبين مكونات خطة التسويق الواردة في الدرس * يبين كيفية اختيار مزيج تسويقي مناسب * يوظف آلية اختيار الوسائط المناسبة في حياته * يشرح كيفية اعداد الموازنة   والجداول الزمنية   * يعد الموازنة   والجداول الزمنية | * IS (الدراسة المستقلة) * ا GW(عمل جماعي ) | * النشاط التمهيدي:   قم بمراجعة الدرس السابق مع الطلبة(مكونات الخطة التي تم تناولها في الدرس الماضي) واربطها بالدرس الحالي.  حدد هدف التعلم، وناقش الطلبة حول التوقعات والأهداف الخاصة المطلوب تحقيقها في هذا الدرس. واطلب منهم تدوين عناصر المزيج التسويقي واعطهم امثلة لتحديد عناصر المزيج التسويقي للمنتج والية اختيار مزيج تسوقي مناسب واربطه بخطة التسويق | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب   (131/133)   * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الحاسوب * سبورة بيضاء | التقييم التكويني   * الاسئلة والاجوبة   (وضح مكونات خطة التسويق ) |
| * العرض التقديمي من المعلم:   ابدأ بشرح الميزانية التي تؤكد انها مكون من مكونات الخطة واطلب منهم التفكير فيما قد يحدد مقدار الميزانية | 10 دقائق |
| * النشاط الفردي:   كلف الطلبة -وبشكل فردي- بالبحث عن تكاليف وسائل الاعلان المختلفة في بلدك  والبحث في الجداول الزمنية ومراقبة الانجازات  تابع بحثهم ووجه أداءهم نحو الصواب | 20 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس. واطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حول ذلك | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 15 | بناء العلامة التجارية في خطة التسويق  هوبة العلامة التجارية  مزايا العلامة التجارية | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يميز هوبة العلامة التجارية * يبين مزاياها العلامات التجارية * يبني العلامة التجارية | * IS (الدراسة المستقلة) * GW(عمل جماعي ) | * النشاط التمهيدي:   اختر اثنتين من العلامات التجارية وشارك الاسم والشعار ونظام الالوان مع الطلبة | 5 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب(133/135) * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الحاسوب * الانترنت * سبورة بيضاء | التقييم التكويني  نشاط  كلف كل طالب ببناء علامة تجارية |
| * العمل ضمن مجموعات   اطلب من الطلبة العمل في مجموعات لتبادل الافكار حول مزايا تكوين العلامة التجارية للشركات  كلف كل مجموعة ببناء علامة تجارية  وجه الطلبة لمشاركة اجاباتهم مع زملائهم | 15 دقيقة |
| * النشاط الفردي:   - اطلب من الطلبة العمل بشكل منفرد على اختيار احدى العلامات التجارية وتحديد الاسم والشعار ونظام الالوان والشخصيات المستخدمة ووضعها على ملصق  وجه الطلبة لمشاركة اعمالهم مع زملائهم | 15  دقيقة |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس. واطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حول ذلك | 10 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 16 | عيوب بناء العلامة التجارية | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يحدد عيوب العلامة التجارية | * GW(عمل جماعي ) * IS   ( الدراسة المستقلة) | * النشاط التمهيدي:   تأكد من فهم الطلبة للعلامة التجارية وكيفية بناءها ومزاياها ، وذلك بمراجعتها مع الطلبة من خلال الأسئلة والاجوبة | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب   (134/135)   * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الحاسوب * سبورة بيضاء | التقييم التكويني:  الاسئلة والاجوبة  ( حددعيوب العلامة التجارية ) |
| * النشاط الفردي   كلف الطلبة العمل بشكل فردي على دراسة حالة لأحد العلامات التجارية والبحث عن عيوبها ومشاركتها مع بقية الطلبة | 15 دقيقة |
| * النشاط الجماعي   وزع الطلبة الى مجموعات واطلب منهم مناقشة العيوب التي قد تكون لتكوين العلامة التجارية اجمع النتائج واضف ما اغفلوه | 15 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   كلف الطلبة بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس. واطلب منهم كتابة ملحوظاتهم حول ذلك | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 17 | دعم خطة التسويق بالادلة التي تثبت ملاءمتها | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يوضح المفاهيم والمصطلحات الرئيسة الواردة في الدرس * يستنتج أهمية تبرير خطة التسويق * يستكشف المعايير التي تدعم خطة التسويق | * GW(عمل جماعي ) * IS   ( الدراسة المستقلة) | * العرض التقديمي من المعلم:   اشرح للطلبة انهم سيحتاجون الى تبرير خطة التسويق التي يقومون بانشائها واشرح لهم انك ستقوم باستكشاف المعايير المختلفة التي سيستخدمونها ليتمكنوا من دعم خطتهم بالادلة التي تثبت ملاءمتها | 10 دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب   (135/136)   * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الحاسوب * سبورة بيضاء | التقييم التكويني   * الاسئلة والاجوبة   (استكشف المعايير التي تدعم خطة التسويق) |
| * النشاط الزوجي:   وزع الطلبة الى أزواج واعرض عليهم الاعلانات واطلب منهم تحديد الفئة المستهدفة وكيفية تحديدها وذلك لفهم مدى ملاءمة المزيج التسويقي للسوق المستهدف) | 15 دقيقة |
| * النشاط الفردي:   اعط الطلبة امثلة على اهداف الشركة واطلب من كل منهم العمل بشكل فردي على البحث عن امكانية ملاءمة الخطة لتحقيق الهدف  وجه الطلبة لمشاركة اجاباتهم مع زملائهم | 15 دقيقة |
| * النشاط الختامي:   قم بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الدرس. واطلب من الطلبة كتابة ملحوظاتهم حول ذلك | 5 دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 18/19 | * ملخص هدف التعلم ب | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * ينشئ الطالب قوائم باهداف التسويق * يعد قائمة بمكونات خطة التسويق * يحقق هدف التعلم ب | * GW(عمل جماعي ) * IS (الدراسة المستقلة) * RS **(**جلسة مراجعة**)** | النشاط التمهيدي:  استرجع بالتعاون مع الطلبة أهم المصطلحات والمفاهيم والموضوعات التي تم مناقشتها خلال الوحدة | 10  دقائق | * شرائح العرض التقديمي * شاشة العرض * دفاتر الملاحظات * كتاب الطالب(137/139) * العرض التقديمي   للمعلم   * اللوح والاقلام * الحاسوب * سبورة بيضاء | * التقييم التكويني   تقييم / كتاب الطالب (137/139) |
| مناقشة جماعية:  اطلب من الطلبة اختيار نشاط تجاري وأدر مناقشة جماعية حول مزيجه التسويقي | 10 دقائق |
| النشاط الزوجي:  اطلب من الطلبة العمل على شكل أزواج لانشاء قوائم بأهداف التسويق وطرق العلامة التجارية ومزاياها وعيوبها  كلف كل زوج عرض قائمته أمام الطلبة | 25 دقيقة |
| * النشاط الجماعي:   اطلب من الطلبة العمل في مجموعات صغيرة لإكمال اختبار صممه المعلم لتقييم التعلم والفهم من خلال الأسئلة التفاعلية. واختم بمناقشة أي مجالات تبدو صعبة على الطلبة | 15 |
| * النشاط الفردي   ( كلف الطلبة - بشكل منفرد- بإعداد قائمة بمكونات خطة التسويق)  وجه الطلبة لمشاركة اجاباتهم مع زملائهم | 20  دقيقة |
| * النشاط الختامي:   كلف الطلبة بتلخيص نقاط التعلم الرئيسة التي تم تناولها في الوحدة واطلب من الطلبة تقييم اجابات زملائهم | 10  دقائق |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| هدف التعلم (أ): التعرف لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة | | | | | | | |
| رقم  الدرس | عنوان الدرس | أهداف الدرس | استراتيجيات التدريس وطرائق التعلم واساليبه | الأنشطة والاجراءات | تقسيمات وقت الحصة | مصادر التعلم | التقييم |
| 20-30 | واجب محدد  من قبل بيرسون | يتوقع من الطالب أن يحقق الأهداف الآتية:   * يحقق المعايير المطلوبة التي يحددها الواجب المحدد من قبل بيرسون لتحقيق افضل علامة * ينجز الواجبات المطلوبة منه في هذه الوحدة | AW **(** حل الواجب المحدد من قبل بيرسون ) | قسم الواجب ضمن جلسات متعددة كل جلسة تتضمن  النشاط التمهيدي:  كلِّف الطلبة بالواجب المحدد من قِبل بيرسون وأجب على أي أسئلة عامة حول عملية التقييم.  كتابة الواجب:  يقوم الطلبة بإكمال الواجب المحدد من قِبل بيرسون في مقر المركز تحت ظروف خاضعة للإشراف، باستخدام الكمبيوتر. يوصى بأن تكون فترة التقييم الخاضعة للإشراف 10 ساعة. يجب الاحتفاظ بالموارد وعمل المتعلم بشكل آمن في المركز بين فترات التقييم. |  | واجب محدد من قبل بيرسون | التقويم الختامي/ النهائي  واجب محدد من قبل بيرسون |