|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **تنزيل** | **جامعة الإسراء**  **university Israa** | **الشؤون الأكاديمية**  **الفصل الدراسي الأول** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **خطة وتوصيف مساق** | | | | | | | | | |
| اسم المساق | مبادئ التسويق | رقم المساق | DADMN3001 | نوع المساق | متطلب تخصص | عدد فصول المساق | 10 | عدد محاضرات المساق | 2 محاضرة اسبوعيا |
| الكلية / القسم | الدراسات المتوسطة | التخصص | ادارة الأعمال والمحاسبة | المتطلب السابق | مبادئ الادارة – مبادي ادارة الأعمال | المتطلب اللاحق | لايوجد | عدد ساعات المساق | 3 |
| محاضر المساق | حسام الدين حرب | جوال المحاضر | 0598806816 | البريد الالكتروني | Hoss1983@hotmal.com | الساعات المكتبية | ساعة | الفصل الدراسي | الأول (2021-2020) |
| وصف عام للمساق | هو بمثابة مقدمة لنظرية وممارسة التسويق. يتناول المساق التسويق من منظور حديث ، المساق يدرس الفلسفة التي يقوم عليها التسويق ،وكذلك سلوك المستهلك علاقته بالقرارات التسويقية ،والأسواق وتجزئة السوق واستهدافه. كما يتناول المساق بحوث التسويقي والتمركز السوقي وأنواع الاسواق ،وعناصر المزيج التسويقي . وسوف يركز المساق على كيفية تطوير خطة تسويقية متكاملة فاعلة وتنفيذها وتقييمها. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **أهداف المقرر ومخرجاته** | | | | | |
| م. | أهداف المقرر | مخرجات المقرر | نوع مخرجات التعليم (مختصر) | | | |
| معرفه وفهم | مهارات ذهنية | مهارات تقنية وفنية | مهارات عامة للاتصال والتواصل |
|  | معرفة المفاهيم والتطبيقات الأساسية للأنشطة التسويقية. | فهم ومعرفة – مهارات ذهنية– مهارات عامة. | التعرف على مفهوم وظيفة التسويق ، وبعض المفاهيم التسويقية ذات الصلة ( الحاجة ، الرغبة ،السوق ، القيمة والتكلفة ورضا المستهلك، المسوق والمشتري ..الخ)  التعرف على مراحل تطور وظيفة التسويق. | استنتاج أهمية وظيفة التسويق والمكانة التي تحتلها وعلاقتها بباقي وظائف المنظمة.  مقارنة بين أهم خصائص مراحل تطور وظيفة التسويق. | - | ادراك كامل لدى الطالب لطبيعة عمل وأهمية وظيفة التسويق داخل المنظمات. |
|  | شرح عناصر المزيج التسويقي وكذلك أهميتها في مجال التسويق. | فهم ومعرفة – مهارات ذهنية – مهارات تقنية – مهارات عامة. | التعرف على العوامل والقوى البيئية المؤثرة على عمل المنظمة.  التعرف على مكونات المزيج التسويقي للسلع والخدمات . | تحديد أهمية تحليل بيئة المنظمة ، وامكانية المقارنة بين تأثير كل من عوامل البيئة الداخلية والخارجية على المنظمات بمختلف أنواعها.  تحديد السوق المناسب لعرض السلع أو الخدمات. | القدرة على تحديد عوامل البيئة الداخلية والخارجية لأي نوع من المنظمات وتحليلها.  القدرة على تحديد عناصر المزيج التسويقي أو السلعي للمنظمات المختلفة. | امكانية فهم واستيعاب التحليل البيئي التسويقي لأي منظمة والمساعدة في اعداده لرسم الاستراتيجيات المناسبة. |
|  | تعزيز قدرة الطالب على التعرف على اخر وأحدث التقنيات والأساليب التسويقية لبحث امكانية الاستفادة منها. | فهم ومعرفة – مهارات ذهنية – مهارات تقنية – مهارات عامة. | التعرف على التسويق الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتسويق عبر قواعد البيانات. | تحديد أفضل الطرق والاساليب التسويقية المناسبة بناء على نوع السلعة أو الخدمة المعروضة. تحديد مزايا وعيوب التقنيات الحديثة التسويقية. | القدرة على تطبيق الطرق والاساليب الحديثة المستخدمة في تسويق المنتج أو الخدمة. | التمكن من تسويق منتج أو خدمة لمنظمة ما بأفضل وأحدث طرق التسويق. |
|  | تزويد الطلبة بالمهارات التحليلية في حل المشاكل والتحديات المتعلقة بالتسويق ويكون على دراية بعملية ادارة التسويق الاستراتيجي. | فهم ومعرفة – مهارات ذهنية – مهارات تقنية – مهارات عامة. | التعرف على التحديات التي تواجهها المنظمات في السوق . | القدرة على تحديد المشكلة وتحليل جوانبها ومعرفة أسبابها من خلال الحالات الدراسية العلمية. | تطبيق الأساليب العلمية في حل المشكلات ذات العلاقة بالسوق واتخاذ القرار المناسب تجاهها. | امتلاك المهارة في حل المشكلات التسويقية التي قد تواجه مؤسسة العمل أو المساعدة في ذلك. |
|  | مساعدة الطلبة للتعرف على كيفية وضع استراتيجيات تسويقية فعالة وتقييم الفرص المتاحة في السوق. | فهم ومعرفة – مهارات ذهنية – مهارات تقنية – مهارات عامة. | التعرف على مفهوم الاستراتيجيات وأنواعها. | تحديد نوع الاستراتيجية المناسبة التي يمكن اتباعها لتسويق منتج أو خدمة ما بشكل ممتاز. | - | ادراك كامل لمكونات الخطط التسويقية للمنظمات وكيفية اعدادها. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **مصفوفة التعليم والتعلم** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| الأسبوع | اليوم | التاريخ | محتويات المقرر | مخرجات المحاضرة  1-0-2-3 | | | | أساليب التعليم والتعلم  1-0-2-3 | | | | | أساليب التقويم المرحلية  1-0-2-3 | | | | |
| **معرفه وفهم** | **مهارات ذهنية** | **مهارات تقنية وفنية** | **مهارات عامة** | **محاضرات** | **مناقشات/**  **استضافة خبير** | **ورش عمل** | **حالات عملية** | **تكليفات وواجبات** | **مناقشات** | **اختبار قصير1** | **اختبار نصفي** | **اختبار قصير2** | **اختبار نهائي** |
|  |  |  | مقدمة في ادارة التسويق :تعريفات ومفاهيم جوهرية. | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 2 | 2 | 0 | 1 |
|  |  |  | البيئة التسويقية. | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 2 | 2 | 0 | 1 |
|  |  |  | تحديد وتجزئة السوق | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 0 | 1 |
|  |  |  | سلوك المشترين والزبائن : مداخل التحليل. | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 1 | 2 | 0 | 1 |
|  |  |  | سلوك المشترين والزبائن: قرارات الشراء | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 | 3 | 0 | 1 |
|  |  |  | المنتج: العلامات التجارية ، بناء قيمة المستهلك. | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 0 | 1 |
|  |  |  | المنتج: دورة حياة المنتج والاستراتيجيات المطبقة. | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 3 | 2 | 0 | 1 |
|  |  |  | **مراجعة و امتحان نصف الفصل.** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | تسويق الخدمات ، جودة الخدمات. | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 | 2 |
|  |  |  | التسعير. | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 1 | 2 |
|  |  |  | التوزيع: الأهمية ،القرارات الرئيسية. | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 3 | 3 |
|  |  |  | قنوات التوزيع واللوجستيات. | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 2 | 2 |
|  |  |  | الترويج. | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 3 |
|  |  |  | التسويق المباشر. | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 2 |
|  |  |  | التسويق الالكتروني. | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 | 2 |
|  |  |  | **مراجعة وتحضير للامتحان النهائي.** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| الكتاب المقرر | مبادئ ادارة التسويق ، جامعة الاسراء ،2016.  حميد الطاني، بشير العلاق، مبادئ التسويق الحديث – مدخل شامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.  محمود الصميدعي، وبشير العلاق، اساسيات التسويق الشامل والمتكامل ، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان 2012. |
| كتاب مساند / إضافي | Kotler,P.,&Keller,K.l.(2012). Marketing Management (14th e).New Jerse,  Loudon ,D. Stevens, R.E.,& Wrenn, B.(2004), Marketing Management Text and Cases, New York: Haworth Press. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **توزيع درجات المساق** | **أنشطة فصلية** | | | **اختبار نصفي** | **اختبار نهائي** | **المجموع** |
| **حضور ومشاركة** | **اختبارات قصيرة (1،2)** | **تكليفات وواجبات** |
|  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المسئول** | **محاضر المساق** | **رئيس القسم** | **عميد الكلية** | **المناهج والمقررات** | **الشؤون الأكاديمية** |
| **التوقيع** | **حسام الدين حرب** | **حسام الدين حرب** |  |  |  |

|  |
| --- |
| **تعريف المصطلحات** |

|  |
| --- |
| **المعرفة والفهم**: ونعني بهما المعارف والمفاهيم التي يكتسبها الطالب من المساق |

|  |
| --- |
| **المهارات الذهنية:** ونعني بها القدرات العقلية التي تتنامي بتحصيل المعارف والمناقشات الصفية، وما يصاحبها من الاستدلال والاستنتاج ، وما يكتسب الطالب من الأنشطة غير الصفية |

|  |
| --- |
| **المهارات التقنية والفنية**: ونعني بها المهارات التي يكتسبها الطالب لتحويل ما حصله من معارف نظرية الى قدرات ومهارات تطبيقية عملية، تمكنه من توظيف معارفه في أدائه المهني |

|  |
| --- |
| **المهارات العامة**: وهي التي يكتسبها الطالب من البرنامج، لتمكنه من التواصل مع المؤسسات المجتمعية كالتفاعل معها |

|  |
| --- |
| **الجوانب الوجدانية:** ونعني بها القيم والاتجاهات وأوجه التقدير التي توجه انفعالات الطالب وسلوكياته |

|  |
| --- |
| **تعريف الأرقام: ( 0 تعني لا يستخدم) (1 تعني بدرجة قليلة) (2 تعني بدرجة متوسطة) (3 تعني بدرجة كبيرة)** |