

جامعة / أكاديمية : أكاديمية الشروق

كلية / معهد : المعهد العالي للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات

قسم : شعبة نظم معلومات الاعمال

توصيف مقرر دراسي

1 - بيانات المقرر		
الرمز الكودي : 2104	اسم المقرر : مبادئ التسويق	الفرقة / المستوي : الثانية
التخصص : نظم معلومات الاعمال	عدد الوحدات الدراسية : 13	نظري √ عملي

2 - أهداف المقرر :	1- التعرف على اهمية ووظائف ادارة التسويق وطبيعة البيئة التسويقية وتحدياتها. 2- التعريف بالمزيج التسويقي وتطوراته الحديثة واستراتيجيات علم التسويق. 3- تنمية مهارات الطالب على تحليل واستنتاج حالة السوق ومنتجات المنافسين. 4- صقل مهارات الطالب للتفكير وربط النتائج. 5- دراسة اساليب التسويق الحديثة والتعرف على الحديث والمتطور في علم التسويق. 6- التطبيق العلمي ودراسة الحالات. 7- تنمية روح العمل كفريق ورفع مهارات العرض الفعال.
3 - المستهدف من تدريس المقرر :	
أ - المعرفة والفهم :	1- يتعرف الطالب على المفاهيم والمصطلحات التسويقية المتعلقة بالمقرر. 2- يسترجع التطور المعاصر للعلم التسويقي وما يصاحبه من موضوعات تسويقية حديثة. 3- يصف الوظائف والانشطة التسويقية وكيفية اجراء البحوث التسويقية. 4- التعرف على استراتيجيات التسويق فيما يخص المنتجات والتسعير والتوزيع والترويج. 5- التعرف على اهمية العميل ودوره الاساسي.

ب - المهارات الذهنية :	1- تنمية مهارات التعامل مع البيانات والمعلومات التسويقية. 2- تنمية مهارات التحليل والاستنتاج عن طريق دراسة الاستراتيجيات التسويقية للمنتجات والتسعير واستراتيجيات التوزيع والترويج. 3- صقل مهارات التفكير من خلال التطبيق العملي لحالات عملية بالبيئة التسويقية المعاصرة.
------------------------	---

<p>1- استخدام تكنولوجيا المعلومات والانترنت وتطبيقاتها في مجال التسويق. 2- تنمية مهارات وقدرات الطلاب على كيفية وضع استراتيجيات المنتج وتسعيه وتوزيعه وترويجه. 3- صقل مهارات التفكير من خلال دراسة الحالات العملية والامثلة التسويقية للبيئة المحيطة.</p>	<p>ج - المهارات المهنية:</p>																																																												
<p>1- تنمية مهارات الاتصال والتواصل الفعال والقدرة على طرح الاسئلة والنقاش. 2- القدرة على استخدام المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات المقرر باللغة العربية والاجنبية. 3- دراسة حالات وامثلة عملية. 4- القيادة والتأثير على الاخرين. 5- استخدام شبكة المعلومات الدولية ووسائل التواصل الاجتماعي.</p>	<p>د - المهارات العامة :</p>																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="87 709 316 798">المحتوى</th> <th data-bbox="316 709 519 798">محاضرة</th> <th data-bbox="519 709 673 798">دروس علمية و اكااديمية</th> <th data-bbox="673 709 1161 798">إجمالي عدد الساعات</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="87 798 316 892">1-اهمية النشاط التسويقي في منظمات الاعمال واهدافه.</td> <td data-bbox="316 798 519 892">2</td> <td data-bbox="519 798 673 892">2</td> <td data-bbox="673 798 1161 892">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 892 316 987">2-المبادئ الاساسية للعلم التسويقي وتطور تاريخه.</td> <td data-bbox="316 892 519 987">2</td> <td data-bbox="519 892 673 987">2</td> <td data-bbox="673 892 1161 987">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 987 316 1102">3-العمل واهميته ودوره في تصميم الاستراتيجية التسويقية للوفاء باحتياجاته ومتطلباته.</td> <td data-bbox="316 987 519 1102">2</td> <td data-bbox="519 987 673 1102">2</td> <td data-bbox="673 987 1161 1102">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1102 316 1165">4-دراسة عناصر المزيج التسويقي.</td> <td data-bbox="316 1102 519 1165">2</td> <td data-bbox="519 1102 673 1165">2</td> <td data-bbox="673 1102 1161 1165">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1165 316 1207">5-استراتيجيات المنتج.</td> <td data-bbox="316 1165 519 1207">2</td> <td data-bbox="519 1165 673 1207">2</td> <td data-bbox="673 1165 1161 1207">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1207 316 1249">6-استراتيجيات التسعير.</td> <td data-bbox="316 1207 519 1249">2</td> <td data-bbox="519 1207 673 1249">2</td> <td data-bbox="673 1207 1161 1249">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1249 316 1291">7-استراتيجيات التوزيع.</td> <td data-bbox="316 1249 519 1291">2</td> <td data-bbox="519 1249 673 1291">2</td> <td data-bbox="673 1249 1161 1291">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1291 316 1333">8-استراتيجيات الترويج.</td> <td data-bbox="316 1291 519 1333">2</td> <td data-bbox="519 1291 673 1333">2</td> <td data-bbox="673 1291 1161 1333">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1333 316 1375">9-التسويق الالكتروني</td> <td data-bbox="316 1333 519 1375">2</td> <td data-bbox="519 1333 673 1375">2</td> <td data-bbox="673 1333 1161 1375">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1375 316 1417">10-امتحان اعمال السنة</td> <td data-bbox="316 1375 519 1417"></td> <td data-bbox="519 1375 673 1417"></td> <td data-bbox="673 1375 1161 1417"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1417 316 1459">11-التسويق البيئي.</td> <td data-bbox="316 1417 519 1459">2</td> <td data-bbox="519 1417 673 1459">2</td> <td data-bbox="673 1417 1161 1459">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1459 316 1501">12-التسويق بالعلاقات.</td> <td data-bbox="316 1459 519 1501">2</td> <td data-bbox="519 1459 673 1501">2</td> <td data-bbox="673 1459 1161 1501">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1501 316 1585">13-التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.</td> <td data-bbox="316 1501 519 1585">2</td> <td data-bbox="519 1501 673 1585">2</td> <td data-bbox="673 1501 1161 1585">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1585 316 1669">14- حالات عملية</td> <td data-bbox="316 1585 519 1669">2</td> <td data-bbox="519 1585 673 1669">2</td> <td data-bbox="673 1585 1161 1669">4</td> </tr> </tbody> </table>	المحتوى	محاضرة	دروس علمية و اكااديمية	إجمالي عدد الساعات	1-اهمية النشاط التسويقي في منظمات الاعمال واهدافه.	2	2	4	2-المبادئ الاساسية للعلم التسويقي وتطور تاريخه.	2	2	4	3-العمل واهميته ودوره في تصميم الاستراتيجية التسويقية للوفاء باحتياجاته ومتطلباته.	2	2	4	4-دراسة عناصر المزيج التسويقي.	2	2	4	5-استراتيجيات المنتج.	2	2	4	6-استراتيجيات التسعير.	2	2	4	7-استراتيجيات التوزيع.	2	2	4	8-استراتيجيات الترويج.	2	2	4	9-التسويق الالكتروني	2	2	4	10-امتحان اعمال السنة				11-التسويق البيئي.	2	2	4	12-التسويق بالعلاقات.	2	2	4	13-التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.	2	2	4	14- حالات عملية	2	2	4	<p>4- محتوى المقرر :</p>
المحتوى	محاضرة	دروس علمية و اكااديمية	إجمالي عدد الساعات																																																										
1-اهمية النشاط التسويقي في منظمات الاعمال واهدافه.	2	2	4																																																										
2-المبادئ الاساسية للعلم التسويقي وتطور تاريخه.	2	2	4																																																										
3-العمل واهميته ودوره في تصميم الاستراتيجية التسويقية للوفاء باحتياجاته ومتطلباته.	2	2	4																																																										
4-دراسة عناصر المزيج التسويقي.	2	2	4																																																										
5-استراتيجيات المنتج.	2	2	4																																																										
6-استراتيجيات التسعير.	2	2	4																																																										
7-استراتيجيات التوزيع.	2	2	4																																																										
8-استراتيجيات الترويج.	2	2	4																																																										
9-التسويق الالكتروني	2	2	4																																																										
10-امتحان اعمال السنة																																																													
11-التسويق البيئي.	2	2	4																																																										
12-التسويق بالعلاقات.	2	2	4																																																										
13-التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.	2	2	4																																																										
14- حالات عملية	2	2	4																																																										
<p>1- محاضرات عملية وجهاً لوجه وعن بعد. 2- رفع محاضرات مسجلة بالصوت. 3- امتحانات في المحاضرة والسكاشن وعلى التعليم الالكتروني. 4- قاعات بحث (سكاشن للتمارين والتطبيقات) 5- التفاعل والمشاركة والعصف الذهني وحالات عملية 6- عروض تقديمية واعداد بحوث من قبل الطلاب (تدريبات)</p>	<p>5- أساليب التعليم والتعلم :</p>																																																												

6- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة :	ساعات مكتبية – إرشاد أكاديمي – ملف المتعثرين وذوي الإحتياجات الخاصة- مجموعات تقوية .
7 – تقويم الطلاب :	
أ – الأساليب المستخدمة :	1- واجبات منزلية وتمارين خلال الفصل الدراسي. 2- امتحانات تحريرية دورية الكترونية وتحريرية. 3-ابحاث لتقييم قدرة الطالب على التفكير والابداع. 4- امتحان نصف الفصل الدراسي. 5- امتحان نهاية الفصل الدراسي.
ب – التوقيت :	الاسبوع التاسع: امتحان منتصف الفصل الدراسي الاسبوع السادس عشر: امتحان نهاية الفصل الدراسي
ج- توزيع الدرجات :	امتحان نصف العام 20 % واجبات وتمارين وابحاث 10% امتحان نهاية العام 60 % التقييمات الأخرى (حضور-مناقشة -تواصل). 10 % المجموع 100%
8 – قائمة الكتب الدراسية والمراجع :	
أ – مذكرات :	حالات عملية وتطبيقية soft & hard copy
ب – كتب ملزمة :	ادارة التسويق ايمان وديع عبدالحليم، ادارة التسويق، 2021
ج كتب مقترحة :	ا.د/ عابدة نخلة رزق الله (2016) "التسويق"، القاهرة: مكتبة عين شمس.
د – دوريات علمية أو نشرات.....الخ	مجلات دورية، مواقع انترنت، مواقع الماركات العالمية.

منسق المقرر : ا.م.د/ ايمان وديع عبدالحليم

رئيس مجلس القسم العلمي : ا.م.د/ ايمان وديع عبدالحليم.

التاريخ : 2022/12/8