

جامعة / أكاديمية : أكاديمية الشروق

كلية / معهد : المعهد العالي للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات

قسم : شعبة نظم المعلومات الإدارية

توصيف مقرر دراسي

1 - بيانات المقرر			
الفرقة / المستوى : الثانية		اسم المقرر : التسويق	الرمز الكودي : 2202
عملي	نظري √	عدد الوحدات الدراسية : 10	التخصص : نظم المعلومات الإدارية .

2 - أهداف المقرر :		1. التعريف بأهمية وظيفة التسويق وطبيعته البيئته التسويقية و تحدياتها . 2. التعريف بالمزيج التسويقي و استراتيجيات علم التسويق الحديث . 3. تنمية مهارات الطالب على التحليل والاستنتاج و صقل مهارات التفكير من خلال التطبيق العملي و دراسات الحالة . 4. يكتسب الطالب القدرة على استخدام المصطلحات الفنية باللغتين العربية و الانجليزية و تنمية مهارات العرض و المناقشة و العمل ضمن فريق .	
3 - المستهدف من تدريس المقرر :			
أ - المعرفة و الفهم :		1- يتعرف الطالب على المفاهيم والمصطلحات التسويقية المتعلقة بالمقرر. 2- يسترجع التطور التاريخي للأفكار التسويقية والتحديات التسويقية المعاصرة وكيفيه مواجهتها. 3- يصف الطالب الوظائف والأنشطة التسويقية وكيفية اجراء البحوث التسويقية. 4 - يتعرف الطالب على استراتيجيات المزيج التسويقي والمزيج الترويجي.	
ب - المهارات الذهنية :		ب1- تنمية مهارات التعامل مع البيانات والمعلومات التسويقية . ب2- تنمية مهارات التحليل والاستنتاج عن طريق اساليب وطرق تسعير المنتجات . ب3- صقل مهارات التفكير من خلال التطبيق العملي لمشروعات في مجالات متعددة ب4- يوضح كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والانترنت وتطبيقاتها في التسويق .	
ج - المهارات المهنية الخاصة بالمقرر :		ج1- تنمية مهارات وفدرات الطلبة على كيفية تسعير المنتجات الجديدة. ج2- تنمية مهارات الطالب على استخدام تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في مجال علم التسويق.	
د - المهارات العامة :		د1- تنمية مهارات الإتصال والتواصل الفعال، والقدرة على طرح الاسئلة والنقاش. د2- القدرة على استخدام المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات المقرر باللغة العربية والانجليزية. د3- التدريب على العمل الجماعي والتعلم الذاتي ضمن فريق من خلال دراسات الحالة والابحاث التي يقدمونها.	

4 - محتوى المقرر :			
الموضوع	محاضرة	ساعات إرشاد / دروس / أكاديمية / عملية	إجمالي عدد الساعات
اهمية دراسة مبادئ التسويق والمفاهيم الأساسية للبيئة التسويقية	4	2	6
التطور التاريخي للأفكار الخاصة بإدارة التسويق	4	2	6
التحديات التسويقية المعاصرة وكيفية مواجهه هذه التحديات	4	2	6
البيئة التسويقية المباشرة وغير المباشرة	4	2	6
بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية	8	2	10
تقسيم واختيار السوق والمكانة المستهدفة	8	2	10
استراتيجية المنتج ودورة حياة المنتجات	8	2	10
استراتيجية تسعير المنتجات	4	2	6
استراتيجية توزيع المنتجات	4	2	6
استراتيجية ترويج المنتجات	4	2	6
- محاضرات نظرية باستخدام وسائل إيضاحية Data Show - Projector - قاعات بحث - دراسة حالات عملية			5- أساليب التعليم والتعلم :
ساعات مكتبية - ارشاد اكاديمي - ملف المتعثرين و ذوي الإحتياجات الخاصة - مجموعات تقوية .			6- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة :
			7 - تقويم الطلاب :
- محاضرات نظريه باستخدام وسائل إيضاحيه Data Show - Projector - قاعات بحث. - دراسة حالات عملية.			أ - الأساليب المستخدمة :
1-التقييم الاول : امتحان نصف العام في الأسبوع الثامن. 2-التقييم الثاني : امتحان نهاية الفصل الدراسي في الأسبوع السادس عشر.			ب - التوقيت :

<p>75 % امتحان نهاية العام</p> <p>10 % امتحان نصف العام</p> <p>15 % أنواع التقييم الأخرى (حضور ومناقشة حالات)</p> <hr/> <p>100% المجموع</p>	<p>ج - توزيع الدرجات :</p>
	<p>8 - قائمة الكتب الدراسية والمراجع :</p>
<p>حالات عملية وتطبيقية يتم توفيرها للطالب Soft & hard copy</p>	<p>أ - مذكرات :</p>
<p>المرجع الرئيسي: أ.د / عايدة نخلة رزق الله (2016) " التسويق :مكتبة جامعة عين شمس: القاهرة.</p>	<p>ب - كتب ملزمة :</p>
<p>لا يوجد</p>	<p>ج كتب مقترحة :</p>
<p>مجلات دورية ، مواقع انترنت الخ : - مواقع الشركات على شبكة الانترنت للماركات العالمية.</p>	<p>د - دوريات علمية أو نشرات.....الخ</p>

رئيس مجلس القسم العلمي: أ.م.د/إيمان وديع عبد الحليم

أستاذ المادة :د/محمود زقزوق

التاريخ : 2015/ 8/10