

توصيف مقرر دراسي

2016 - 2015

اكاديمية : الشروق

معهد: المعهد العالي للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات

شعبة : المحاسبة

1. بيانات المقرر

2201			الرمز الكودي:
إدارة التسويق			اسم المقرر:
الثانية			الفرقة:
الثاني			الفصل الدراسي:
المحاسبة			التخصص:
درس	محاضرة	عدد الوحدات الدراسية في الأسبوع:	
1	4		

2. أهداف المقرر:

الهدف	م
الالمام بوظيفة التسويق وطبيعتها وعناصرها	1
التعرف على البيئة التسويقية ونظم المعلومات التسويقية ومناهج البحث العلمي و بحوث التسويق	2
التعرف على طبيعة سلوك المستهلك و انماطه	3
الالمام بالاتصالات التسويقية المتكاملة	4
الالمام بالاستراتيجيات التسويقية	5
التعرف على دورة حياة المنتج و استراتيجيات المزيج التسويقي المعاصر	6
الالمام بالاتجاهات الحديثة للتسويق : (التسويق الاخضر – التسويق الالكترونى)	7

3. تغطية المقرر للنتائج التعليمية المستهدفة للبرنامج

أ- المعرفة والفهم	ب- المهارات الذهنية	ت- المهارات المهنية والعملية	ث- المهارات العامة
أ2 - أ3 - أ5 - أ8	ب1 - ب2 - ب4	ت3 - ت4	ث2 - ث3 - ث7
			ث9

4. النتائج التعليمية المستهدفة للمقرر:

أ- المعرفة والفهم:	1 - يتعرف على اطار وظيفة التسويق و طبيعتها الفنية لاشكال والانواع المختلفة لمؤسسات الاعمال
	2 - وصف بيئة التسويق الداخلية و الخارجية (كلية - دولية) بمؤسسات الاعمال المختلفة
	3 - يتعرف على التطورات و الاتجاهات الحديثة و القضايا المعاصرة المرتبطة بوظيفة التسويق والاستراتيجيات التسويقية الخاصة بالمزيج التسويقي ودورة حياة المنتج.
	4 - يتعرف على مناهج البحث العلمى من خلال دراسته لبحوث التسويق و ادواته و منها (المقابلة - الملاحظة - الاستبيان)
ب- المهارات الذهنية :	1 - يحلل و يستنتج و يطبق المنهج العلمى فى التفكير من خلال دراسته للاستراتيجيات التسويقية و من خلال قيامه بالابحاث السوقية
	2 - يطبق اسس و مبادئ التفكير الابداعى فى تعميم الحملات التسويقية و اساليب الترويج الحديثة
	3 - يحلل بايجابية الموقف التنافسى بما يضمن التعرف على نقاط الضعف و تحويلها الى نقاط قوى و يحول التهديدات المختلفة الى فرص
ت- المهارات المهنية والعملية :	1 - يقوم بتنفيذ دراسات و تحليل الاسواق
	2 - يستخدم ادوات البحث عن مصادر المعلومات الاولية (البحث الميدانى أو الثانوية (البحث المكتبى)
ث - المهارات العامة :	1 - يقدر على الإتصال الفعال والتأثير فى العملاء
	2 - يقدر على العمل الجماعى من خلال الاشتراك مع المجموعة فى تنفيذ الحملات الترويجية و التسويقية
	3- يقدر على تقديم العروض باستخدام الاساليب الحديثة
	4 - يقدر على الابتكار فى مجال ترويج المنتجات



5. مصفوفة ربط نواتج التعلم المستهدفة من المقرر ونواتج التعلم المستهدفة من البرنامج

نواتج البرنامج												نواتج المقرر
أ- المعرفة والفهم												
												أ- المعرفة والفهم
												1- يتعرف على اطار وظيفة التسويق و طبيعتها
												2- يصف بيئة التسويق الداخلية و الخارجية
												3- يتعرف على الاتجاهات الحديثة و التطورات فى التسويق
												4 - يتعرف على مناهج البحث العلمى و دراسات السوق
												1
												2
												3
												4
												5
												6
												7
												8
												9
												10
												11
												12
												13
												14
												15
												16
												17
												18
												19
												20
												21
												22
نواتج البرنامج												نواتج المقرر
ب- المهارات الذهنية												
												ب-1
												ب-2
												ب-3
												ب-4
												ب-5
												ب-6
												ب-7
												ب-8
												ب-9
												ب-10
												ب-11
												ب-12

ث 1	ث 2	ث 3	ث 4	ث 5	ث 6	ث 7	ث 8	ث 9	ث 10	ث 11	ث 12	ث - المهارات العامة
	√											1 - يقدر على الإلتصال الفعال والتأثير في العملاء
		√										2 - يقدر على العمل الجماعي من خلال الاشتراك مع المجموعة في تنفيذ الحملات الترويجية و التسويقية
						√						3- يقدر على تقديم العروض باستخدام الاساليب الحديثة
								√				4 - يقدر على الابتكار في مجال ترويج المنتجات

6. مصفوفة تغطية محتوى المقرر لنواتج التعلم المستهدفة للمقرر:

م	محتوى المقرر	عدد الاسابيع	أ- المعرفة والفهم				ب- المهارات الذهنية			ت- المهارات المهنية والعملية				ث- المهارات العامة				
			1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	اساسيات و عناصر التسويق	2	√	√														
2	البيئة التسويق و بحوث التسويق	2			√	√			√	√								
3	سلوك المستهلك	1								√								
4	الاستراتيجيات و الاتصالات	3								√	√							
5	عناصر استراتيجيات المزيج التسويقي	5									√							
6	اتجاهات حديثة	1									√							

7. المحتوى التفصيلي للمقرر

رقم الاسبوع	الموضوع	عدد الساعات	محاضرة	درس
1	ماهية التسويق	5	4	1
2	عناصر و طبيعة النشاط التسويقي	5	4	1
3	البيئة التسويقية	5	4	1
4	بحوث التسويق و نظم المعلومات التسويقية	5	4	1
5	سلوك المستهلك	5	4	1
6	الاستراتيجيات التسويقية	5	4	1
7	الاستراتيجيات التسويقية	5	4	1
8	الاتصالات التسويقية المتكاملة	5	4	1
9	اختبار منتصف الفصل الدراسي			
10	عناصر المزيج التسويقي	5	4	1
11	سياسات المنتج	5	4	1
12	سياسات التسعير	5	4	1
13	سياسات الترويج	5	4	1
14	سياسات التوزيع	5	4	1
15	اتجاهات حديثة في التسويق : التسويق الاخضر / التسويق الالكتروني	5	4	1
16	اختبار نهاية الفصل الدراسي			
اجمالي ساعات التدريس		70	56	14

8. مصفوفة تغطية طرق التعليم والتعلم لنواتج التعلم المستهدفة للمقرر

التعليم والتعلم	الاسلوب الذي تم اختياره	أ- المعرفة والفهم	ب- المهارات الذهنية	ج- المهارات المهنية والعملية	د- المهارات العامة
محاضرات	√	√	√	√	√
قاعة البحث	√	√	√	√	√
التعليم التعاوني(فرق العمل)	—	—	—	—	—
التعليم الالكتروني(العروض التقديمية ومعامل الحاسب الألي)	√	√	√	√	√
العصف الذهني(المناقشات)	√	√	√	—	—
استراتيجية التعلم الذاتي(الأبحاث الفردية)	—	—	—	—	—
استراتيجية التعلم التجريبي(المشاريع البحثية الجماعية)	√	√	√	√	√
استراتيجية التعليم الغير مباشر(الواجبات المنزلية)	√	√	—	—	—

9. أساليب التعليم والتعلم للطلاب من ذوي القدرات المحدودة :

- 1 - ساعات مكتبية زائدة
- 2 - الريادة الطلابية
- 3 - الارشاد الاكاديمي
- 4 - مراجعات نهاية الفصل الدراسي
- 5 - مجموعات التقوية (اختيارى)

10. مصفوفة تغطية ادوات التقييم لنواتج التعلم المستهدفة للمقرر:

رقم الاسبوع	نسبة التقييم %	ث- المهارات العامة	ت- المهارات المهنية والعملية	ب- المهارات الذهنية								أ- المعرفة والفهم								الاسلوب الذي تم اختياره	ادوات التقييم
				8	7	6	5	4	3	2	1	8	7	6	5	4	3	2	1		
9	%15																	√	اختبار منتصف الفصل الدراسي		
								√	√	√	√							√	البحث الجماعي		
كل اسبوع								√	√	√	√							√	تمارين		
																				العروض التقديمية	
																				المشروع	
									√	√	√	√							√	البحث الفردي	
16	%85								√	√	√							√	اختبار نهاية الفصل الدراسي		

11. قائمة الكتب الدراسية والمراجع :

—	مذكرات :
حامد، أحمد إبراهيم، 2016، "مبادئ التسويق"	كتب مُلزمة :
Kotler , Philip,1999 "Kotler on Marketing"	كتب مقترحة :
Kotler , Philip,2015 "Confronting Capitalism"	دوريات علمية أو نشرات
لا يوجد	

أستاذ المادة : د . أحمد إبراهيم حامد

منسق الجودة بالشعبة:

رئيس مجلس القسم العلمي: