

جامعة / أكاديمية : أكاديمية الشروق

كلية / معهد : المعهد العالي للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات

قسم : شعبة نظم المعلومات الإدارية

توصيف مقرر دراسي

١ - بيانات المقرر			
الفرقة / المستوى : الثانية		اسم المقرر : التسويق	الرمز الكودي : ٢٢٠٢
عملي	نظري √	عدد الوحدات الدراسية : ١٠	التخصص : نظم المعلومات الإدارية .

٢ - أهداف المقرر :	١- التعريف بأهميه وظيفه التسويق وطبيعته البيئه التسويقيه و تحدياتها . ٢- التعريف بالمزيج التسويقي و استراتيجيات علم التسويق الحديث . ٣- تنمية مهارات الطالب على التحليل والاستنتاج و صقل مهارات التفكير من خلال التطبيق العملي و دراسات الحالة . ٤- يكتسب الطالب القدرة على استخدام المصطلحات الفنية باللغتين العربية و الانجليزية و تنمية مهارات العرض و المناقشة و العمل ضمن فريق .
٣ - المستهدف من تدريس المقرر :	أ - المعرفة و الفهم : ١- يتعرف الطالب على المفاهيم والمصطلحات التسويقية المتعلقة بالمقرر. ٢- يسترجع التطور التاريخي للأفكار التسويقية والتحديات التسويقية المعاصرة وكيفية مواجهتها. ٣- يصف الطالب الوظائف والأنشطة التسويقية وكيفية اجراء البحوث التسويقية. ٤- يتعرف الطالب على استراتيجيات المزيج التسويقي والمزيج الترويجي. ب - المهارات الذهنية : ١- تنمية مهارات التعامل مع البيانات والمعلومات التسويقية . ٢- تنمية مهارات التحليل والاستنتاج عن طريق اساليب وطرق تسعير المنتجات. ٣- صقل مهارات التفكير من خلال التطبيق العملي لمشروعات في مجالات متعددة ب-٤- يوضح كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والانترنت وتطبيقاتها فى التسويق . ج - المهارات المهنية الخاصة بالمقرر : ج١- تنمية مهارات وفدرات الطلبة على كيفية تسعير المنتجات الجديدة. ج٢- تنمية مهارات الطالب على استخدام تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها فى مجال علم التسويق. د - المهارات العامة : د١- تنمية مهارات الإتصال والتواصل الفعال، والقدرة على طرح الاسئلة والنقاش. د٢- القدرة على استخدام المصطلحات الفنية ذات الصلة بموضوعات المقرر باللغة العربية والانجليزية. د٣- التدريب على العمل الجماعى والتعلم الذاتى ضمن فريق من خلال دراسات الحالة والابحاث التى يقدمونها.

إجمالي عدد الساعات	ساعات إرشاد / دروس / أكاديمية / عملية	محاضرة	الموضوع	٤ - محتوى المقرر :
٦	٢	٤	اهمية دراسة مبادئ التسويق والمفاهيم الأساسية للبيئة التسويقية	
٦	٢	٤	التطور التاريخي للأفكار الخاصة بإدارة التسويق	
٦	٢	٤	التحديات التسويقية المعاصرة وكيفية مواجهه هذه التحديات	
٦	٢	٤	البيئة التسويقية المباشرة وغير المباشرة	
١٠	٢	٨	بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية	
١٠	٢	٨	تقسيم واختيار السوق والمكانة المستهدفة	
١٠	٢	٨	استراتيجية المنتج ودورة حياة المنتجات	
٦	٢	٤	استراتيجية تسعير المنتجات	
٦	٢	٤	استراتيجية توزيع المنتجات	
٦	٢	٤	استراتيجية ترويج المنتجات	
<p>٥- أساليب التعليم والتعلم :</p> <ul style="list-style-type: none"> - محاضرات نظرية باستخدام وسائل إيضاحية Data Show - Projector - قاعات بحث - دراسة حالات عملية 				
<p>٦- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة :</p> <p>ساعات مكتبية - ارشاد اكاديمي - ملف المتعثرين و ذوي الإحتياجات الخاصة - مجموعات تقوية .</p>				
<p>٧ - تقويم الطلاب :</p>				
<p>أ - الأساليب المستخدمة :</p> <ul style="list-style-type: none"> - محاضرات نظرية باستخدام وسائل إيضاحية Data Show - Projector - قاعات بحث - دراسة حالات عملية. 				
<p>١-التقييم الاول : امتحان نصف العام فى الأسبوع الثامن.</p> <p>٢-التقييم الثانى : امتحان نهاية الفصل الدراسى فى الأسبوع السادس عشر.</p>				<p>ب - التوقيت :</p>

<p>٧٥ % امتحان نهاية العام</p> <p>١٠ % امتحان نصف العام</p> <p>١٥ % أنواع التقييم الأخرى (حضور ومناقشة حالات)</p> <hr/> <p>المجموع %١٠٠</p>	<p>ج - توزيع الدرجات :</p>
	<p>٨ - 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 (٢٠١٦) " 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 : ٢٠١٥/ ٨/١٠