

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="87 709 321 800">المحتوى</th> <th data-bbox="321 709 521 800">محاضرة</th> <th data-bbox="521 709 678 800">دروس علمية و اكااديمية</th> <th data-bbox="678 709 1161 800">إجمالي عدد الساعات</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="87 800 321 890">1-اهمية النشاط التسويقي في منظمات الاعمال واهدافه.</td> <td data-bbox="321 800 521 890">2</td> <td data-bbox="521 800 678 890">2</td> <td data-bbox="678 800 1161 890">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 890 321 980">2-المبادئ الاساسية للعلم التسويقي وتطور تاريخه.</td> <td data-bbox="321 890 521 980">2</td> <td data-bbox="521 890 678 980">2</td> <td data-bbox="678 890 1161 980">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 980 321 1115">3-العمل واهميته ودوره في تصميم الاستراتيجية التسويقية للوفاء باحتياجاته ومتطلباته.</td> <td data-bbox="321 980 521 1115">2</td> <td data-bbox="521 980 678 1115">2</td> <td data-bbox="678 980 1161 1115">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1115 321 1161">4-دراسة عناصر المزيج التسويقي.</td> <td data-bbox="321 1115 521 1161">2</td> <td data-bbox="521 1115 678 1161">2</td> <td data-bbox="678 1115 1161 1161">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1161 321 1207">5-استراتيجيات المنتج.</td> <td data-bbox="321 1161 521 1207">2</td> <td data-bbox="521 1161 678 1207">2</td> <td data-bbox="678 1161 1161 1207">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1207 321 1253">6-استراتيجيات التسعير.</td> <td data-bbox="321 1207 521 1253">2</td> <td data-bbox="521 1207 678 1253">2</td> <td data-bbox="678 1207 1161 1253">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1253 321 1299">7-استراتيجيات التوزيع.</td> <td data-bbox="321 1253 521 1299">2</td> <td data-bbox="521 1253 678 1299">2</td> <td data-bbox="678 1253 1161 1299">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1299 321 1346">8-استراتيجيات الترويج.</td> <td data-bbox="321 1299 521 1346">2</td> <td data-bbox="521 1299 678 1346">2</td> <td data-bbox="678 1299 1161 1346">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1346 321 1392">9-التسويق الالكتروني</td> <td data-bbox="321 1346 521 1392">2</td> <td data-bbox="521 1346 678 1392">2</td> <td data-bbox="678 1346 1161 1392">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1392 321 1438">10-امتحان اعمال السنة</td> <td data-bbox="321 1392 521 1438"></td> <td data-bbox="521 1392 678 1438"></td> <td data-bbox="678 1392 1161 1438"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1438 321 1484">11-التسويق البيئي.</td> <td data-bbox="321 1438 521 1484">2</td> <td data-bbox="521 1438 678 1484">2</td> <td data-bbox="678 1438 1161 1484">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1484 321 1530">12-التسويق بالعلاقات.</td> <td data-bbox="321 1484 521 1530">2</td> <td data-bbox="521 1484 678 1530">2</td> <td data-bbox="678 1484 1161 1530">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1530 321 1621">13-التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.</td> <td data-bbox="321 1530 521 1621">2</td> <td data-bbox="521 1530 678 1621">2</td> <td data-bbox="678 1530 1161 1621">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="87 1621 321 1669">14- حالات عملية</td> <td data-bbox="321 1621 521 1669">2</td> <td data-bbox="521 1621 678 1669">2</td> <td data-bbox="678 1621 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