

وصف المقرر

		الاعمال		الكلية
7	NQF level	التسويق الرقمي		القسم
ادارة التسويق	متطلب سابق	305325	الرمز	اسم المقرر
	عملي	نظري	نظري	الساعات المعتمدة
a.alkofahi@jadara.edu.jo		الايمل	د.عامر الكوفحي	منسق المقرر
		الايملات	د.عامر الكوفحي	المدرسون
C305 مدمج		المكان	1 - 11:30	وقت المحاضرة
15-10-2024	تاريخ التعديل	15-10-2024	تاريخ الاعداد	الفصل الدراسي
مدمج	شكل الحضور	البكالوريوس		الشهادة

وصف المقرر المختصر

يهدف هذا التسويق إلى تعميق معرفة الطالب في إدارة الأنشطة التسويقية من خلال تشخيص نقاط القوة والضعف الداخلية، وتحديد الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية وكيفية ربط الموارد المتاحة بالفرص التسويقية التي تنشأ عن المتغيرات والمستجدات البيئية (SWOT). وكذلك إكساب الطلبة مهارة القدرة على التفكير بعيد المدى، التي تمكنه من تحليل واقع الأنشطة التسويقية في ضوء النتائج المتحققة، تمهيداً لرسم سياسة مستقبلية واضحة، وتعريفهم بالبدائل الإستراتيجية، بهدف تعميق القدرة التنافسية للمنظمة.

اهداف المقرر

- تعريف الطالب في المساق وما ينطوي عليه من مفاهيم تضيف إلى الطالب معارف جديدة.
- حث الطالب على الحوار والتفاعل بما يدور في المحاضرة وإثارة انتباهه والاهتمام بوقائع ومجريات الحوار البناء والهادف في صقل شخصية الطالب معرفياً.
- تهدف إلى تعريف وإكساب الطالب مهارات تتناسب وفق المساق أو الفصل المقرر بما يخدم أغراض الفصل.

مخرجات التعلم

A. المعرفة-الفهم النظري & التطبيق العملي

عند اكمال متطلبات البرنامج، سيتمكن الخريجون من:

يتوقع من خريج برنامج البكالوريوس في تخصص التسويق ان يكون قادراً على:

a1. التعرف على المفاهيم الاساسية والمستويات الاستراتيجية

a2. التعرف على الاساليب الاستراتيجية التسويقية

طرق التعلم والتعليم

١. عروض سمعية وبصرية وضوئية من خلال الكمبيوتر (باور بوينت) power point.

٢. مواد مطبوعة (تتضمن مواقف تعليمية بهدف استخدامها في عملية التحليل والاستنتاج والحكم على المواقف).

٣. مناقشات صفية.

٤. التعلم الذاتي.

٥. مناقشات وجلسات عصف ذهني.

٦. تكوين مجموعات عمل صغيرة واختيار كل مجموعة لموضوع من موضوعات علم النفس الاجتماعي والعمل على دراستها وتكوين فكرة لبحث علمي في ضوء التعلم التعاوني.

طرق التقييم

- مشاريع فردية
- مشاريع جماعية
- تقارير
- اختبارات دورية
- اختبار نهاية الفصل
- أنشطة صفية
- اختبارات عملية

B. مهارات-الحل العام للمشكلات والمهارات التحليلية & الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والحسابات

عند اكمال متطلبات البرنامج، سيتمكن الخريجون من:

b1. تحليل البيئة الداخلية والخارجية واكتساب المهارات في اختيار البدائل الاستراتيجية لمنظمات الاعمال.

b2. التطبيق العملي للاستراتيجيات التسويقية في الاسواق المستهدفة.

طرق التعلم والتعليم

- المناقشة.
- التعلم في مجموعات صغيرة
- (ورش عمل - تعلم تعاوني).
- المحاكاة.
- التعلم القائم على المشاريع.
- العصف الذهني.

طرق التقييم

- مشاريع فردية
- مشاريع جماعية
- تقارير
- اختبارات دورية
- اختبار نهاية الفصل
- أنشطة صفية
- اختبارات عملية

C.. الكفايات: الحكم الذاتي والمسؤولية والسياق

عند اكمال متطلبات البرنامج، سيتمكن الخريجون من:

C1. القدرة على تطبيق الاساليب الرقابية لمراحل تطبيق الاستراتيجيات التسويقية وتطبيق المفاهيم النظرية بطريقة عملية.

طرق التعلم والتعليم

مناقشة التقارير البحثية
نقد الاستراتيجيات التعليمية

طرق التقييم

- مشاريع فردية
- اختبارات دورية
- اختبار نهاية الفصل
- أنشطة صفية
- اختبارات عملية

محتوى المقرر

أسبوع	ساعات	مخرجات	المواضيع	طرق التعلم والتعليم	طرق التقييم
١	3	a1 c1	الفصل الأول: مقدمة عامة عن التسويق الاستراتيجي	11. عروض سمعية وبصرية وضوئية من خلال الكمبيوتر (باور بوينت) power point. 2. مواد مطبوعة (تتضمن مواقف تعليمية بهدف استخدامها في عملية التحليل والاستنتاج والحكم على المواقف). 3. مناقشات صفية. 4. التعلم الذاتي. 5. مناقشات وجلسات عصف ذهني. 6. تكوين مجموعات عمل صغيرة واختيار كل مجموعة لموضوع من موضوعات علم النفس الاجتماعي والعمل على دراستها وتكوين فكرة لبحث علمي في ضوء التعلم التعاوني	مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات
٢	3	a1 c1	الفصل الأول: مقدمة عامة عن التسويق الاستراتيجي		مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات
٣	3	b1	الفصل الثالث: تحليل البيئة التسويقية		مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات
٤	3	b1	الفصل الثالث: تحليل البيئة التسويقية		مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة

صفية، اختبارات عملية					
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل الرابع: تحليل القوة، الضعف، الفرص والتهديدات	b1	3	.٥
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل الرابع: تحليل القوة، الضعف، الفرص والتهديدات	b1	3	.٦
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السادس: أساليب التحليل الاستراتيجية	b1 a2	3	.٧
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السادس: أساليب التحليل الاستراتيجية	b1 a2	3	.٨
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السادس: أساليب التحليل الاستراتيجية	b1 a2	3	.٩
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السادس: أساليب التحليل الاستراتيجية	b1 a2	3	.١٠
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السادس: أساليب التحليل الاستراتيجية	b1 a2	3	.١١
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السابع: اختيار الاستراتيجية.	a1 b2	3	.١٢

مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السابع: اختيار الاستراتيجية.	a1 b2	3	.١٣
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل السابع: اختيار الاستراتيجية.	a1 b2	3	.١٤
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل الثامن: التنفيذ والتقييم الاستراتيجي	c1	3	.١٥
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات		الفصل الثامن: التنفيذ والتقييم الاستراتيجي	c1	3	.١٦

المكونات	
التسويق الإستراتيجي، واثق شاكر رامز 2024	الكتاب
استراتيجيات التسويق، شاكر العسكري 2022 - استراتيجيات التسويق، محمود الصميدعي 2024 - استراتيجيات التسويق، ثامر البكري، 2018	المراجع
-التسويق الإستراتيجي، واثق شاكر رامز 2024 - استراتيجيات التسويق، شاكر العسكري 2022 - استراتيجيات التسويق، محمود الصميدعي 2024 - استراتيجيات التسويق، ثامر البكري، 2019	موصى به للقراءة
نعم	مادة الكترونية
الانترنت والمكتبة	مواقع اخرى

خطة تقييم المقرر						
المخرجات					الدرجة	طرق التقييم
c1	b2	b1	a2	a1		
10		10		10	30	الامتحان الأول (المنتصف)
					0	الامتحان الثاني (إذا توفر)
10	5	5	10	10	40	الامتحان النهائي
					30	اعمال الفصل
		10			10	الوظائف
2	2	2	2	2	10	حالات للدراسة
2	2	2	2	2	10	المناقشة والتفاعل
					0	أنشطة جماعية
					0	امتحانات مختبرات ووظائف
					0	عروض تقديمية
					0	امتحانات قصيرة
22	17	27	17	17	20	المجموع

تقييمات الاعمال الفصلية

الانتحال

الانتحال او السرقة الأدبية هو ان يأخذ شخص ما عملاً لشخص آخر ويدعي انه عمله. يوجد في الجامعة سياسة صارمة بشأن الانتحال، وإذا تم اكتشاف الانتحال بالفعل، سيتم تطبيق هذه السياسة. العقوبات تنطبق أيضًا على أي شخص يساعد شخصاً آخر على ارتكاب الانتحال (على سبيل المثال عن طريق السماح لشخص ما بنسخ التعليمات البرمجية الخاصة بك عن علم). يختلف الانتحال عن العمل الجماعي حيث يشارك عدد من الأفراد الأفكار حول كيفية تنفيذ المقررات الدراسية. نشجعك بشدة على العمل في مجموعات، وبالتأكيد لن تتم معاقبتك على ذلك. هذا يعني أنه يمكنك العمل معاً في عمل مشروع او انجاز وظيفة. المهم هو ان يكون لديك فهم كامل لجميع جوانب البرنامج المكمل. من أجل السماح بالتقييم الصحيح يجب عليك الالتزام بدقة بمتطلبات عمل المشروع او الوظيفة كما هو موضح أعلاه ومفصل. هذه المتطلبات موجودة لتشجيع العمل الجماعي، والفهم الفردي، وتسهيل التقييم الفردي، ومنع الانتحال.