

وصف المقرر

				الاعمال	الكلية
6	NQF level			التسويق الرقمي	القسم
مبادئ التسويق	متطلب سابق	305301	الرمز	إدارة التسويق	اسم المقرر
	عملي	نظري	نظري	3	الساعات المعتمدة
			الايمل	د. مروان السلايمة	منسق المقرر
			الايملات	د. مروان السلايمة	المدرسون
		وجاهي e116	المكان	8.30-10	وقت المحاضرة
دوام كامل	شكل الحضور	2020-11	تاريخ الاعداد	الاول 2024	الفصل الدراسي
2024-10	تاريخ التعديل		عن بعد	مدمج	شكل التعليم

وصف المقرر المختصر

يتناول هذا المساق الى تزويد الطالب بالمهارات التي من المفترض بمدير التسويق اتقانها خاصة صياغة استراتيجية تسويق هادفة من خلال تطبيق الوظائف الادارية على النشاط التسويقي كمهارة التخطيط والتنظيم التسويقي وتنفيذ الانشطة التسويقية وكيفية التعامل مع العنصر البشري من خلال وظيفة التوجيه الاداري والقدرة على اتخاذ القرار وفهم الية الرقابة والتدقيق التسويقي.

اهداف المقرر

- 1- خارطة طريق لإدارة التسويق
- 2- توضيح الدور الهام والحيوي لإدارة التسويق وتسليط الضوء على المفاهيم الأساسية والأطر الفكرية والوظائف الرئيسية لإدارة التسويق
- 3- التعرف على الأساليب المتبعة في التخطيط التسويقي في المنظمات.
- 4- التطرق إلى الأساليب المتبعة في تنظيم النشاط التسويقي.
- 5- التطرق إلى أساليب وطرق تنسيق النشاط التسويقي.
- 6- التعرف على الأساليب الرقابية للنشاط التسويقي.
- 7- التعرف على عملية اتخاذ القرار للنشاط التسويقي.
- 8- التطرق الى عملية التوجيه في النشاط التسويقي.
- 9- التطرق الى الأساليب الالكترونية المتبعة في الإدارة التسويقية.

مخرجات التعلم CILOs
A. المعرفة -الفهم النظري
a1 توضيح للمفاهيم والمصطلحات التي تتعلق بإدارة التسويق
B -المعرفة -التطبيق العملي
a2 فهم ومعرفة عمليات الادارية في ادارة التسويق
C. مهارات -الحل العام للمشكلات و المهارات التحليلية
b1 حل المشاكل الادارية المتعلقة في الانشطة التسويقية
D. مهارات -الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والحسابات
b2 استخدام الطرق الكمية في تحليل المعلومات التسويقية في ظل التطور التكنولوجي
E. الكفايات: الحكم الذاتي والمسؤولية والسياق
c1 فن التعامل مع العمليات الادارية وتطبيقها على الانشطة التسويقية
طرق التعلم والتعليم
<ul style="list-style-type: none"> • محاضرات وجاهية • عصف ذهني • مشروع بحثي • دراسة حالة • استخدام فيديو • مناقشات • غير متزامن • حل المشكلات
طرق التقييم
<ul style="list-style-type: none"> • تقييم تكويني • امتحان قصير • واجب بيتي • تقديم عرض • امتحان المنتصف • الامتحان النهائي

محتوى المقرر					
أسبوع	ساعات	مخرجات	المواضيع	طرق التعلم والتعليم	طرق التقييم
.1	3	a1 a2	الفصل الأول: مفهوم ادارة. النشاط التسويقي	<p>1. عروض سمعية وبصرية وضوئية من خلال الكمبيوتر (باور a3 بوينت) power point.</p> <p>2. مواد مطبوعة (تتضمن مواقف تعليمية بهدف استخدامها في عملية التحليل والاستنتاج والحكم على المواقف).</p> <p>3. مناقشات صفية.</p> <p>4. التعلم الذاتي.</p> <p>5. مناقشات وجلسات عصف ذهني.</p> <p>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.</p>	تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية
.2	3	a1 a2	الفصل الأول: مفهوم ادارة النشاط التسويقي	-	تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية
.3	3	a1 b1	الفصل الثاني: عملية ادارة التسويق	-	تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية
.4	3	a1 b2	الفصل الثاني: عملية ادارة التسويق	-	مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات

دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية					
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الثالث: تخطيط النشاط التسويقي	c1	3	.5
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الثالث: تخطيط النشاط التسويقي	c1	3	.6
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الرابع التنظيم النشاط التسويقي	a1 a2	3	.7
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الرابع التنظيم النشاط التسويقي	a1 a2	3	.8
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الخامس: التنسيق النشاط التسويقي	b1 b2	3	.9
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الخامس: التنسيق النشاط التسويقي	b2	3	.10
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل السادس: التوجيه النشاط التسويقي	a2	3	.11
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل السادس: التوجيه النشاط التسويقي	b1 a2	3	.12
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل السابع: رقابة النشاط التسويقي	c1	3	.13
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل السابع: رقابة النشاط التسويقي	c1	3	.14
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الثامن: اتخاذ القرارات التسويقية	b2 a1	3	.15
تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	الفصل الحادي عشر: اتخاذ القرارات التسويقية	b2 a1	3	.16

المكونات

إدارة التسويق: د. بشير العلق، د. قحطان العبيدي، 2018.

الكتاب

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

المراجع	نظام التسويق الحديث: د. عبد العزيز أبو نبعة، 1999. إدارة التسويق: د. محمد سعيد، 1999. إدارة التسويق د. ناجي معلا 2008 . Kotler Philip, marketing management: analysis planning and control 7thed, Englewood cliffs, NJ:prentice Hall, 2006
موصى به للقراءة	إدارة التسويق: د. بشير العلاق، د. قحطان العبيدي، 2018.
مادة الكترونية	نعم
مواقع أخرى	الانترنت والمكتبة

خطة تقييم المقرر							الدرجة	طرق التقييم
المخرجات								
	c1	b2	b1	a2	a1			
	10	5	5	5	5		30	الامتحان الأول (المنتصف)
							0	الامتحان الثاني (إذا توفر)
							50	الامتحان النهائي
							20	اعمال الفصل
	2	2	2	2	2		10	الوظائف
								حالات للدراسة
	1	1	1	1	1		5	المناقشة والتفاعل
								أنشطة جماعية
								امتحانات مختبرات ووظائف
								عروض تقديمية
	5						5	امتحانات قصيرة
							100	المجموع

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 أن 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.