

نموذج وصف المقرر

وصف المقرر

يقدم المقرر وصف لاهمية دراسة التسويق في الحياة العملية و تشخيص المشاكل الخاصة بالأنشطة التسويقية وكيفية معالجتها وكذلك تطبيق المفاهيم الخاصة بالتجارة الالكترونية في مجال عمله

1. المؤسسة التعليمية	جامعة الأمام جعفر الصادق (ع) / كلية العلوم الادارية والمالية
2. القسم العلمي / المركز	قسم المحاسبة
3. اسم / رمز المقرر	تسويق 2330 م تس
4. أشكال الحضور المتاحة	محاضرات أسبوعية
5. الفصل / السنة	الفصل الثاني / المرحلة الثانية
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي)	30 ساعة
7. تاريخ إعداد هذا الوصف	2023/9/1
8. أهداف المقرر	
<p>(1) مدخل في دراسة التسويق وأهميته للمنشأة مع أهمية التسويق على مستوى الدولة – طرق دراسة التسويق</p> <p>(2) النظام التسويقي والبيئية.</p> <p>(3) معرفة الطالب بسلوك المستهلك ونظريات سلوك المستهلك -مراحل عملية الشراء – دوافع الشراء</p> <p>(4) معرفة الطالب بتجزئة السوق و أنواع السلع الاستهلاكية والصناعية.</p> <p>(5) تعلم الطالب اساسيات عن المزيج التسويقي وعناصره والمزيج الترويجي وعناصره. .</p> <p>(6) معرفة الطالب لدورة حياة المنتج – أسباب فشل المنتج .</p> <p>(7) تعريف الطالب بالمنافذ التوزيعية وانواعها.</p> <p>(8) تعريف الطالب بالمبيعات – و المشتريات مفهومهما وأهميتهما .</p> <p>(9) تعريف الطالب بمفهوم نظم المعلومات التسويقية ومقارنة بين نظم المعلومات التسويقية والبحوث التسويقية</p> <p>(10) تعريف الطالب بالتكاليف التسويقية والتجارة الالكترونية ومميزاتها وخصائصها.</p>	

9. مخرجات المقرر وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ- الأهداف المعرفية

- 1) ان يتعرف على مفهوم الأنشطة التسويقية .
- 2) ان يعلم كيفية التعامل مع الاهداف المعرفية الخاصة بالأنشطة التسويقية الخاصة بالمستهلك.
- 3) دراسة تأثير العوامل الاجتماعية والاقتصادية الخارجية على قرارات الشراء .
- 4) أهداف وطرق التسعير وأهميته وعلاقته بعناصر المزيج التسويقي الأخرى والعوامل المؤثرة في تحديد وتعديل الأسعار.

ب- الأهداف الإماراتية الخاصة بالمقرر .

- 1) معرفة سلوك المستهلك النهائي ووضع الليات مختلفة لذلك .
- 2) توسيع قدرة الطالب على التعامل مع العرض و الطلب في السوق وكيفية الترويج للسلع المختلفة
- 3) زيادة المعرفة لدى الطلبة حول تعدد أنواع بحوث التسويق منها ما يتعلق ببحوث (المنتج , التسعير, الترويج, الإعلان).

طرائق التعليم والتعلم

- 1) طريقة القاء المحاضرة المنهجية المقررة
- 2) تناول مشكلة تسويقية تواجه منظمة في السوق الذي تعمل فيه من خلال بحث منشور او رسالة جامعية.
- 3) الاستفادة من المواقع الإلكترونية الخاصة بنشر بحوث التسويق.
- 4) المجاميع الطلابية ورش العمل .

طرائق التقييم

- 1) من خلال المشاركات في التحضير اليومي.
- 2) الاختبارات الفصلية واليومية المفاجئة.
- 3) تكليف الطلبة بأجراء بحوث مشتركة ومناقشتها.
- 4) طرح الأسئلة الخاصة بالموضوع من خلال الأمثلة لحالات واقعية وقياس مدى تجاوبهم وتفاعلهم.
- 5) من خلال الحضور والغياب للمحاضرات.
- 6) مدى استجابة الطلبة وتفاعلهم.

ج- الأهداف الوجدانية والقيمية

- 1) تطوير وتعزيز مهارة التفكير حسب قدرة الطالب والانتقال به الى مستوى التفكير العالي.
- 2) تطوير وتعزيز استراتيجيات التفكير الناقد في التعلم.
- 3) زرع روح التعاون بين الطلبة في جانب المساعدة العلمية ونبذ الأنانية.
- 4) بث روح المثابرة والاجتهاد ونبذ حالات الكسل التي تؤدي تقود للغش وبالتالي الرسوب.
- 5) تشجيع الطالب على حب العلم والتعلم.

6) تحفيز الطلبة على التمسك بالسلوكيات الحميدة كالأمانة والصدق والابتعاد عن كل ما يناقضها.

طرائق التعليم والتعلم

- 1) استراتيجيات التفكير حسب قدرة الطالب
- 2) استراتيجيات مهارة التفكير العالية
- 3) استراتيجيات التفكير الناقد في التعلم
- 4) العصف الذهني.
- 5) من خلال الاستشهاد بأمثلة تحثهم على التمسك بالسلوكيات الحسنة ومن موروثنا العربي والإسلامي.

طرائق التقييم

- 1) من خلال المشاركات في التحضير اليومي.
- 2) الاختبارات الفصلية واليومية المفاجئة.
- 3) تكليف الطلبة بأجراء بحوث مشتركة ومناقشتها.
- 4) طرح الأسئلة الخاصة بالموضوع من خلال الأمثلة لحالات واقعية وقياس مدى تجاوبهم وتفاعلهم.
- 5) من خلال الحضور والغياب للمحاضرات.
- 6) مدى استجابة الطلبة وتفاعلهم.

د- المهارات العامة والتأهيلية المنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي).

- 1) التواصل اللفظي
- 2) العمل الجماعي
- 3) التحليل والتحقق
- 4) التواصل الكتابي
- 5) التخطيط والتنظيم
- 6) إدارة الوقت
- 7) المبادرة والدافعية في العمل
- 8) حث الطلبة على زيارة مكتبة الجامعة للتزود بالمعرفة ولتطوير الذات وعدم الاكتفاء بالمنهج المقرر.
- 9) حث الطلبة زيارة المواقع العلمية في شبكة الأنترنت والاطلاع على بحوث

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
الأول	3	إضافة مخرجات التعلم	مدخل في دراسة التسويق – تطور مفهوم التسويق وأهميته للمنشأة مع أهمية التسويق على مستوى الدولة – طرق دراسة التسويق	✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ المناقشات والاستفسارات. ✓ الأمثلة والحالات العملية.	✓ التغذية الراجعة. ✓ طريقة التعبير بالوجوه. ✓ مصفوفة التعلم.
الثاني	3	إضافة مخرجات التعلم	النظام التسويقي والبيئية	✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ توجيه الأسئلة للطلبة. ✓ مشاركتهم في بلورة الفكرة الأولية لموضوع المحاضرة.	✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. ✓ التغذية الراجعة.
الثالث	3	إضافة مخرجات التعلم	سلوك المستهلك – الاستهلاك وأهميته دراسة المستهلك ونظريات سلوك المستهلك -مراحل عملية الشراء – دوافع الشراء	✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ المناقشات والاستفسارات. ✓ الأمثلة والحالات العملية.	✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. ✓ التغذية الراجعة.
الرابع	3	إضافة مخرجات التعلم	تجزئة السوق – مفهوم السوق سوق المستهلك الأخير - أنواع السلع الاستهلاكية – سوق المستعمل الصناعي وأنواع السلع الصناعية	✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ توجيه الأسئلة للطلبة. ✓ مشاركتهم في بلورة الفكرة الأولية لموضوع المحاضرة.	✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. ✓ التغذية الراجعة.

<p>✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. التغذية</p> <p>الارتجائية. ✓ طريقة التعبير بالوجه. ✓ مصفوفة التعلم.</p>	<p>✓ الامتحان الاول. ✓ حل نماذج الاسئلة</p>	<p>الامتحان الأول</p>	<p>إضافة مخرجات التعلم</p>	<p>3</p>	<p>الخامس</p>
<p>✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. التغذية</p> <p>الارتجائية. ✓ طريقة التعبير بالوجه.</p>	<p>✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ المناقشات والاستفسارات. ✓ الأمثلة والحالات العملية.</p>	<p>الترويج – تعريف – عناصر الترويج " البيع الشخصي" المنتج</p>	<p>إضافة مخرجات التعلم</p>	<p>3</p>	<p>السادس</p>
<p>✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. ✓ مصفوفة التعلم.</p>	<p>✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ مشاركتهم في بلورة الفكرة الأولية لموضوع المحاضرة. ✓ الاستفسار ممن لديه أي سؤال للإجابة عليه.</p>	<p>تطوير المنتج والتخطيط من المنتج الجديد دورة حياة المنتج – أسباب فشل المنتج التسعير – تعريفه – أهداف التسعير العوامل المؤثرة في تحديد التسعير طرق التسعير</p>	<p>إضافة مخرجات التعلم</p>	<p>3</p>	<p>السابع</p>
<p>✓ التغذية الارتجائية. ✓ طريقة التعبير بالوجه. ✓ مصفوفة التعلم.</p>	<p>✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ توجيه الأسئلة للطلبة. ✓ مشاركتهم في بلورة الفكرة الأولية لموضوع المحاضرة.</p>	<p>التوزيع تعريفه وأهميته – المنافذ التوزيعية – منافذ التوزيع المنافذ التوزيعية للسلع الإنتاجية – منافذ توزيع الخدمات</p>	<p>إضافة مخرجات التعلم</p>	<p>3</p>	<p>الثامن</p>
	<p>✓ طريقة القاء</p>	<p>المبيعات – مفهوم</p>	<p>إضافة</p>	<p>3</p>	<p>التاسع</p>

<p>✓ طريقة التعبير بالوجوه. ✓ مصفوفة التعلم.</p>	<p>المحاضرات. ✓ المناقشات والاستفسارات. ✓ الأمثلة والحالات العملية.</p>	<p>وأهمية المبيعات – مصادر الحصول على مجال البيع مكانة اختيار مجال البيع – المشتريات مفهوم وأهمية ووظيفة الشراء – مصادر الحصول على المشتريات المعايير المعتمدة في الشراء</p>	<p>مخرجات التعلم</p>		
<p>✓ الامتحانات الارتجاعية . ✓ طريقة التعبير بالوجوه. ✓ مصفوفة التعلم.</p>	<p>✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ توجيه الأسئلة للطلبة. ✓ الاستفسار ممن لديه أي سؤال للإجابة عليه.</p>	<p>النقل والخرن – مفهوم وأهمية الخرن-- تكاليف الخرن والرقابة على المخزون- تعريف وأهمية النقل</p>	<p>إضافة مخرجات التعلم</p>	3	العاشر
<p>✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. ✓ التغذية الارتجاعية . ✓ مصفوفة التعلم.</p>	<p>✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ والاستفسارات. ✓ الأمثلة والحالات العملية. ✓ توجيه الأسئلة للطلبة. ✓ الاستفسار ممن لديه أي سؤال للإجابة عليه.</p>	<p>نظام المعلومات ونظم التسويق مفهوم نظم المعلومات التسويقية – مفهوم وأهمية التسويق – أنواع التسويق مقارنة بين نظم المعلومات التسويقية والبحوث التسويقية</p>	<p>إضافة مخرجات التعلم</p>	3	الحادي عشر
<p>✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. ✓ التغذية الارتجاعية .</p>	<p>✓ طريقة القاء المحاضرات. ✓ مشاركتهم في بلورة الفكرة الأولية لموضوع المحاضرة. ✓ الاستفسار ممن لديه أي سؤال للإجابة عليه.</p>	<p>الخدمات – معنى وأهمية وخصائص الخدمات تكاليف التسويق – مفهوم التكاليف – الخصائص المميزة للتكاليف التسويقية</p>	<p>إضافة مخرجات التعلم</p>	3	الثاني عشر

الثالث عشر	3	إضافة مخرجات التعلم	التجارة الالكترونية	✓ طريقة الفاء المحاضرات. ✓ الاستفسار ممن لدية أي سؤال للإجابة عليه.	✓ الامتحانات اليومية المفاجئة. ✓ التغذية الارتجاعية . ✓ طريقة التعبير بالوجه. ✓ مصفوفة التعلم.
الرابع عشر	3	إضافة مخرجات التعلم	الامتحان الثاني	✓ الامتحان الثاني ✓ حل نماذج الاسئلة	✓ حل نماذج الاسئلة ✓ مدى تفاعلهم مع الاسئلة
الخامس عشر	3	إضافة مخرجات التعلم	مراجعة شاملة	✓ الأمثلة والحالات العملية. ✓ الاستفسار ممن لدية أي سؤال للإجابة عليه.	✓ التغذية الارتجاعية . ✓ طريقة التعبير بالوجه.

11. البنية التحتية

1) الكتب المقررة المطلوبة	1. التسويق أسس ومفاهيم معاصرة د. ثامر البكري 2006 2. إدارة التسويق د. ثامر البكري
2) المراجع الرئيسية (المصادر)	إدارة التسويق ... د. سعدون حمود الربيعاوي وآخرون 2015 بحوث التسويق مدخل اتخاذ القرار الفعال / ا.د احمد محمد غنيم/ جامعة المنصورة/ 2010 التسويق أسس ومفاهيم معاصرة د. ثامر البكري 2006 إدارة التسويق د. ثامر البكري
أ- الكتب والمراجع التي يوصى بها (المجلات العلمية , التقارير ,)	المجلات العلمية في الاختصاصات الإدارية و إدارة التسويق
ب- المراجع الالكترونية، مواقع الأنترنت	المواقع الالكترونية المتخصصة

12. خطة تطوير المقرر الدراسي

المنهاج طويل ويحتاج الى وقت اكبر والأفضل تقليصه وإضافة فصل يتعلق بالتسويق المصرفي.