توصيف مساق

أولا: معلومات عامة

اسم المساق	إدارة التسويق
رقم المساق	BUSA2303
الكلية	
القسم	
نوع المتطلب	تخصص
المستوى الدراسي	2
الساعات المعتمدة نظري	3
الساعات المعتمدة عملي	0
المتطلبات	

ثانيا : أهداف المساق

1 - تمكين الطالب من الالمام بالمفاهيم وطرق التحليل والنظريات التي تحكم الانشطة التسويقية في مشروعات الاعمال
2 - التعريف على الاستراتيجيات التسويقية المتعلقة بالمزيج التسويقي
3 - تزويد الطالب بمهارات التخطيط في الاطار التسويقي وكذلك دراسة المستهلك وعملية تجزئة السوق والتنبؤ بالقدرات الشرائية
4 - تزويد الطالب بمهارات التسويق عبر الشبكة العنكبوتية الانتر نت
5 - دراسة العديد من الحالات الدراسية التي تمكن الطالب من حل المشكلات التسويقية

ثالثا :المهارات المستهدفة من تدريس المساق

مهارات المعرفة والمفاهيم	* يكتسب الطالب ويدرك مفاهيم واساسيات ريادة الاعمال
	* القدرة على المقارنة والاستنباط
	* القدرة على الربط بين المعرفة المكتسبة والتطبيق العلمي
	* مهارات تقنية المعلومات
	* مهارات الملاحظة وسرعة البديهه وخاصة من خلال الحالات الدراسية
المهارات الذهنية	* مهارة القدرة على مواكبة التطور التكنولوجي
	* القدرة على تحمل المسؤولية
	* مهارات الاتصال
المهارات المهنية الخاصة بالمساق	* تنمية القدرة على مواكبة سوق العمل
	* مهارة التطبيق العملي للمعلومات النظرية
	* استخدام الوسائل التكنولوجية في تحليل البيانات الخاصة المستهلكين والسوق
	* القدرة على تطوير العمل في المنظمات الانتاجية
	* القدرة على تحليل وحل المشكلات التسويقية
المهارات العامة	* استخدام المنهجية العلمية في حل المشكلات
	* بناء مهارات العمل الجماعي
	* تنمية التفكير الابداعي
	* تنمية مهارات التطوير والتحسين المستمر

رابعا : محتوى المساق

1 - مقدمة عن علم التسويق وتطوره
2 - (مكونات البيئة التسويقية (الداخلية والخارجية
3 - سلوك المستهلك النهائي والمشتري الصناعي
4 - قرار الشراء للمستهلك النهائي
5 - قرار الشراء للمشتري الصناعي
6 - التخطيط الاستراتيجي للانشطة التسويقية
7 - المعلومات التسويقية وبحوث التسويق
8 - التنبؤ بالمبيعات وتحليل موسمية النشاط
9 - استراتيجيات المنتج
10 - استراتيجيات التسعير
11 - استراتيجيات التوزيع والنقل المادي للمنتجات
12 - استراتيجيات الترويج
13 - تنظيم الجهود التسويقية
14 - الرقابة على الانشطة التسويقية
15 - التسويق عبر الانترنيت
16 - التسويق الاخضر
17 - حالات وتطبيقات عملية في التسويق

خامسا :اساليب التعليم وتعلم المساق

1 - المحاضرات من خلال استخدام الوسائل التعليمية الحديثة
2 - المناقشات الجماعية والتعاونية للطلاب
3 - دراسة الحالات العملية والميدانية ومناقشتها في قاعة المحاضرات
4 - الواجبات والبحوث
5 - الواجبات والبحوث
6 - احيانا يتم الزيارات الميدانية لبعض المنظمات الانتاجية

أساليب التعليم والتعلم للطلبة ذوي الاحتياجات الخاصة

1 - نفس اسلوب المحاضرات للطلبة العاديين في نفس الشعب

تقويم الطلبة

الأساليب المستخدمة	التوقيت	توزيع الدرجات
المشاركة والمناقشات والواجبات والحضور	طوال الفصل	10%
الاختبار الفصلي	الاسبوع السابع	30%
الاختبار النهائي	الاسبوع السادس عشر	60%

الكتب الدراسية والمراجع

كتب مقترحة	إدارة التسويق مدخل معاصر للدكتور / محمد عبد العظيم ابو النجا . الدار الجامعية 2008
	التسويق الفعال للدكتور / طلعت اسعد عبد الحميد ز تنوير للترجمة والنشر والتوزيع 2010

مصفوفة المعارف والمهارات للمساق

المحتويات الرئيسية للمساق	أسبوع الدراسة	المعارف	مهارات ذهنية	مهارات مهنية	مهارات عامة
مقدمة تشمل المفاهيم الاساسية في التسويق واهمية التسويق وتطوير علم التسويق من مرحلة التوجه بالانتاج لمرحلة التوجه بالبيع لمرحلة التوجه بالتسويق الحديث ثم المسؤولية للتسويق وحماية المستهلك	الاول والثاني	يكتسب معارف المفاهيم الاساسية لإدارة الانشطة التسويقية وكذلك التعرف على مراحل تطور علم التسويق وفق الاسلوب العلمي السليم	القدرة على المقارنة والاستنباط التفكير المتسلسل المنطقي القدرة على المناقشة	القدرة على مواكبة سوق العمل القدرة على حل المشكلات التسويقية	تنمية القدرة على العمل الجماعي والتفكير المنطقي
دراسة عناصر البيئة الداخلية والخارجية	الثالث والرابع	اكساب الطالب بأهم مكونات البيئية التسويقية سواء الفرص ام التهديدات للبيئة الخارجية وكذلك مكونات البيئة الداخلية القوة والضعف	مهارات الاستنباط والمقارنة	مهارات الربط بين الجانب النظري والجانب العملي الميداني في التعرف على تلك العوامل المحيطة بالطلبة	القدرة على استخدام المنهج العلمي
سلوك المستهلك النهائي والمشتري الصناعي وقراراتهم الشرائية	الخامس والسادس	.قدرة على توقع النتائج - وقدرة على تحديد الهدف. - وقدرة على تحديد السلبيات والإيجابيات. - وقدرة على التنظيم.	،التحليل والاستنباط- - القدرة على الاختيار وتوضيح أسبابه. - والقدرة على إبداء الرأي. - والقدرة على ذكر خصائص الفكرة. - والقدرة على الموازنة بين الأفكار المختلفة	التدريب على مناقشة الآراء، والطلاقة في الحديث والحوار. وقدرة على التنظيم استخدام الحالات العملية تنمية الصفات القيادية القدرة على العمل وفق روح الفريق	هو القدرة على التكيف بنجاح مع ما يستجد في الحياة من مواقف وعلاقات
التخطيط الاستراتيجي التسويقي المعلومات التسويقية وبحوث التسويق	السابع والثامن	قدرة على توقع النتائج.وقدرة على تحديد الهدف	القدرة على تخزين المعلومات في الذاكرة واسترجاعها عند ،الحاجة إليها	اكتساب المعلومات من مصادر المعلومات المتنوعة. تحديد المواقف التي تتطلب اتخاذ القرارات. التفكير في البدائل للقرارات المطلوبة. التفكير في النتائج المحتملة لكل قرار.	وقدرة على تحديد السلبيات والإيجابيات
التنبؤ بالمبيعات وتحليل موسمية النشاط	التاسع	التعرف على طرق التنبؤ المختلفة سواء الكمية او الوصفية	القدرة على التذكر، التخيل، الذكاء، التقييم، التخطيط، اتخاذ القرار، الإقناع).	القدرة على الاختيار وتوضيح أسبابه. - والقدرة على إبداء الرأي. - والقدرة على ذكر خصائص الفكرة.	الدقة والمنطق في عمليات التنبؤ
استراتيجية المنتج	العاشر	التعرف على طبيعة وانواع المنتجات ((السلع، الخدمات محتويات المنتج التعليم الماركة التغليف التبيين	القدرة على التذكر والنخيل الابداع والابتكار	القدرة على اتخاذ القرارات المتعلقة بتصميم المنتجات وتغليفها وتبيينها	القدرة على التفكر المنتطقي التعرف على استكشاف سوق العمل

استراتيجية التسعير	الحادي عشر	التعرف على اسس التسعير السليمة التي تراعي الظروف الاقتصادية (التكلفة والعائد) ايضا الظروف السيكولوجية وايضا العوامل التي تؤثر على استراتيجية التسعير وطرق التسعير المختلفة	القدرة على التعامل مع الأشياء المادية وأداء المهمات والمهارات الفكرية وخاصة الرياضية القدرة على التعامل مع الرموز والمفاهيم والعلاقات	.قدرة على توقع النتائج - وقدرة على تحديد .الهدف - وقدرة على تحديد السلبيات والإيجابيات	التنظيم الجيد
عشراستراتيجية التوزيع	الاسبوع الثاني عشر	اعطاء اهم استراتيجيات التوزيع (المكثف ، الانتقائي، والوجيد) اه قنوات التوزيع ومستوياتها العوامل التي تؤثر عليها	تنمية التفكير الابداعي كذلك القدرة على التواصل والاقناع البيعي	تنمية القدرة على التفاوض البيعي وتنمية مهارات تصميم قنوات التوزيع	القدرة على التكيف مع البيئة
استراتيجية الترويج	الثالث عشر	المزيج الترويجي (الاعلان ، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات ، الدعاية والنشر،) استراتيجيات الترويج الدفع والجذب...الخ عواكل اختيار المزيج الترويجي المناسب	الابتكار لبعض الاساليب الترويجية القدرة على التخيل الابداع الترويجي	دراسة حالات عملية للترويج المقارن بين المنظمات المختلفة وتقيم تلك الاساليب وفق الاساس النظري	تنمية الربط بين كافة الاستراتيجيات المرتبطة بالمزيج التسويقي
تنظيم الجهود التسويقية	الثالث عشر	التعرف على اهم ادوات تنظيم انشطة التسويق وخاصة رسم هيكل وظيفة التسويق ومكانتها في الهيكل التنظيمي العام ايضا اشكال التنظيمات في التسويق	تنمية الذكاء والتخيل والابتكار	القدرة على المقارنة والاستنباط	مهارات الربط مع سوق العمل
التسويق الاخضر	الرابع عشر	التعرف على مفهوم التسويق الاخضر ومجالاتته المختلفة المنتج الاخضر والسعر الاخضر والترويج الاخضر والتوزيع الاخضر نتعرف على نماذج من تطبيقات التسويق الاخضر وما هي مظاهر التلوث	تنمية ملكة التفكير الابداعي والتحليل والاستنباط	الربط بين المفهوم التسويقي التقليدي والتسويق الاخضر	التعرف على المكونات البيئية المحيطة وعلاقتها بموضوع التسويق الاخضر
المسئولية الاجتماعية للتسويق وحماية المستهلك	الخامس عشر	التعرف على المسؤولية الاجتماعية للتسويق مع اصحاب العلاقة وعلى راسهم المستهلك ايضا التعرف على حقوق المستهلك واهم الجوانب التي تعتبر انتهاك لحقوق المستهلكين	تنمية التفكير الابداعي	تنمية الجوانب التطبيقية فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك	القدرة على التكيف البيئي والتفكير الشمولي

دراسة الحالات المختلفة كتطبيقات عملية	السادس عشر	التعرف على طرق حل الحالات العملية والدراسية وايضا التدريب الافتراضي لبعض المواضيع التعرف على اسلوب المحاكاة	القدرة على التحليل والاستنباط والتخيل المنطقي	الاستفادة من الجوانب النظرية في اتخاذ القرارات التسويقية المتعلقة بالمزيج التسويقي	التفكير الشمولي والقدرة على محاكاة الواقع