

SYLLABUS

+++++

منهاج المادة التعليمية

الميدان : العلوم الاقتصادية، علوم التسيير و العلوم التجارية (D 06) الشعبة : ... علوم التسيير
التخصص :... السنة الثانية مسار التسيير.....
السداسي : ... الثاني.....(S4) السنة الجامعية :2019/2018.....

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : ...التسويق.....
وحدة التعليم :UEF2.....
عدد الأرصدة :05... المعامل :02.....
الحجم الساعي الأسبوعي :3.5.....
المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) :02 سا
أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) :1.5 سا
أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) :/.....

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : بلخضر مسعودة ، أستاذة محاضرة قسم (أ).....
تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) :
البريد الالكتروني.....bellakhdar@gmail.com.....
رقم الهاتف :/.....
توقيت الدرس ومكانه: الثلاثاء 12:30، المدرج 02

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

التحكم بالمفاهيم الأساسية للمادة وإكتساب معلومات حول التسويق وكيفية إتخاذ القرارات المتعلقة بالمزيج التسويقي وإختيار القطاع السوقي للمنظمة والتطرق لمختلف المواضيع ذات الصلة.

الهدف العام للمادة التعليمية: التعرف على التسويق والمفاهيم الأساسية كالسوق، البيئة التسويقية، التجزئة السوقية، المزيج التسويقي، سلوك المستهلك وأهم أنواع التسويق

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها): (من 3 الى 6 أسطر مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها :

- التعرف على مفهوم التسويق باعتباره من أهم الممارسات التي أصبحت تعتمد عليها منظمات الأعمال لكسب الزبائن وتحديد موقع لها في السوق يمنحها التفوق على المنافسين

محتوى المادة التعليمية

الفصل الأول: التسويق وبيئة المؤسسة (مفهوم التسويق ، مراحل التطور، مفهوم البيئة وعناصرها)

الفصل الثاني: السوق والتجزئة السوقية (مفهوم السوق، التجزئة وأسسها، إستراتيجيات استهداف الأسواق)

الفصل الثالث: سلوك المستهلك (المفهوم، العوامل المؤثرة على المستهلك)

الفصل الرابع: المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج)

الفصل الخامس: أنواع التسويق

يمكن الإضافة في صفحة أخرى، عند الحاجة

طرق التقييم

| التقييم بالنسبة المئوية | طبيعة الامتحان |
|-------------------------|-----------------------------|
| 50% | امتحان |
| | امتحان جزئي |
| 50% | أعمال موجهة |
| | أعمال تطبيقية |
| | المشروع الفردي |
| | الأعمال الجماعية (ضمن فريق) |
| | خرجات ميدانية |
| | المواظبة (الحضور / الغياب) |
| | عناصر أخرى (يتم تحديدها) |
| 100% | المجموع |

المصادر والمراجع

| المرجع الأساسي الموصى به : | المؤلف | عنوان المرجع |
|---|---------------------------------------|----------------------------------|
| دار النشر و السنة | محمد إبراهيم عبيدات | مبادئ التسويق |
| دار المستقبل للنشر والتوزيع 1995 | | |
| | | مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت): |
| دار النشر و السنة | المؤلف | عنوان المرجع |
| دار المناهج، عمان، الأردن، 2009 | محمود جاسم الصميدعي، بشير عباس العلاق | أساسيات التسويق الشامل والمتكامل |
| دار المناهج، عمان، الأردن، 2016 | عبد العزيز أبو نبعة | التسويق المعاصر |
| Pearson custom publishing, Boston, 2002 | Philip kotler | Management Marketing |

المخطط الزمني المرتقب

| التاريخ | محتوى الدرس | الأسبوع |
|-----------------------|--|--------------------|
| | تقديم البرنامج وشرح مضمون كل فصل من أجل توضيح الهدف العام للمادة التعليمية | الأسبوع الأول |
| | التعرف على مفهوم التسويق والمفاهيم الأساسية له | الأسبوع الثاني |
| | مراحل تطور الفكر التسويقي، ومفهوم البيئة وأهم أنواعها | الأسبوع الثالث |
| | مفهوم السوق والتجزئة السوقية | الأسبوع الرابع |
| | أسس التجزئة السوقية، استراتيجيات التسويق | الأسبوع الخامس |
| | مفهوم سلوك المستهلك | الأسبوع السادس |
| | العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك | الأسبوع السابع |
| | سياسة المنتج | الأسبوع الثامن |
| | سياسة السعر | الأسبوع التاسع |
| | سياسة التوزيع | الأسبوع العاشر |
| | سياسة الترويج | الأسبوع الحادي عشر |
| | أنواع التسويق | الأسبوع الثاني عشر |
| وفقا للبرمجة الادارية | امتحان نهاية السداسي | الأسبوع الثالث عشر |
| وفقا للبرمجة الادارية | الامتحان الاستدراكي | |