

منهاج المادة التعليمية SYLLABUS

اسم المسادة التعليمية Intitulé de la Matière d'enseignement

التعرف على المادة التعليمية	
<u> </u>	
	العنوان: تسويق
	وحدة التعليم: أساسية
عامل: 2	عدد الأرصدة: 5 الم
(03) ساعات	الحجم الساعي الأسبوعي: ثلاثة
ىبوغ): 1.30 سا	المحاضرة (عدد الساعات في الأم
	أعمال توجيهية (عدد الساعات في
` · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	أعمال تطبيقية (عدد الساعات في

مسؤول المادة التعليمية



وصف المادة التعليمية

: (Pré requis) المكتسبات

اكساب الطالب المعلومات حول المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتسويق، وكذا أهم المهام التي يقوم بها كمسوق .

الهدف العام للمادة التعليمية:

اكساب الطالب المعارف المرتبطة بالتسويق ومراحله من دراسة البيئة الخارجية ودراسة السوق وتجزئتها إلى إعداد المزيج التسويقي.

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

- 1- تزويد الطالب بالمعلومات التي تمكنه من فهم معنى التسويق وكيفية ظهوره كممارسة و علم إداري.
- 2- تزويد الطالب بالمعلومات حول كيفية تقسيم السوق واستهداف الأجزاء المناسبة منه وكيفية التموقع في هذه القطاعات السوقية .
- 3- تعريف الطالب بالمزيج التسويقي وكيفية اختيار المزيج المناسب للقطاعات السوقية المستهدفة.

	محتوى المادة التعليميه	
•		

طرق التقييم



التقييم بالنسبة المئوية	العلامة	طبيعة الامتحان
%50	20	امتحان
%50	20	امتحان جزئي
		أعمال موجهة
		أعمال تطبيقية
		المشروع الفردي
		الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
		استجواب (Quizz)
		المواضبة (الحضور / الغياب)
		عناصر أخرى (يتم تحديدها)
100%	·	المجموع

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به:

دار النشر و السنة	المؤلف	عنوان المرجع
دار علاء الدين 2002	فيليب كوتلر	التسويق السياحي تطوره مسؤوليته الأخلاقية واستراتيجيته
		مراجع الاعراكية الأدراقية الارتراء

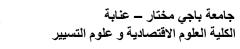
مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

دار النشر و السنة	المؤلف	عنوان المرجع الأول
دار المناهج، الأردن		أساسيات التسويق الشامل، دار المناهج،
	محمود جاسم الصميدعي ويشير عباس العلاق،	الأردن، ص65.
	عباس العلاق،	
دار النشر و السنة	المؤلف	عنوان المرجع الثاني
دار علاء الدين 2002	فيليب كوتلر	التسويق: السلوك - الأخلاق- البيئة -
		المعلومات
L	1	

المخطط الزمنى المرتقب

التاريخ	محتوی الدرس	الأسيوع

Université Badji-Mokhtar. Annaba قسم العلوم المالية





يم عامة حول التسويق ريق: تعريفه، مبادئه، وتطوره التاريخي	الأسبوع الأول
سر التسويق الأساسية	الأسبوع الثاني عناه
ل البيئة الخارجية	
ل البيئة العامة المائة التنافية	
ل البيئة التنافسية ق دراسته وتجزئته	
ك المستهاك	
ث التسويق	الأسبوع السادس بحود
لة المنتج	الأسبوع السابع سياس
بة التسعير	الأسبوع الثامن سياس
له التوزيع	
ية الاتصال	الاسبوع العاشر سياس
يج التسويقي الخدمي	
ع التسويق	
امتحان نهایة السداسی	الأسبوع الثالث عشر
-	الاسبوع الثالث عشر
الامتحان الاستدراكي	-

الأستاذ(ة) المحاضر(ة): جفال وردة أستاذ(ة) الأعمال الموجهة: جفال وردة

Université Badji-Mokhtar. Annaba قسم العلوم المالية



جامعة باجي مختار – عنابة الكلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

نحن طلبة السنة الثانية ل م د شعبة العلوم التجارية، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة ".التسويق" و على كيفية التقييم، و فيما يلي إمضاءاتنا على ذلك:

Université Badji-Mokhtar. Annaba قسم العلوم المالية



جامعة باجي مختار – عنابة الكلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير