

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

معرفة السوق

الميدان : العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية (D06).. الشعبة : العلوم المالية
التخصص : التسويق المصرفي
السداسي : الثاني
السنة الجامعية : 2019 /2018

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : معرفة السوق
وحدة التعليم : أساسية.....
عدد الأرصة :
المعامل :
الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاثة (03) ساعات.....
المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا
أعمال توجيحية (عدد الساعات في الأسبوع) :
أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا.....

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : زويد الزهرة ، أستاذ مساعدة (أ).
تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : رقم (..)
البريد الالكتروني : zahra.zouied@yahoo.fr
رقم الهاتف : 0774146892
توقيت الدرس ومكانه : يوم الأربعاء (00 . 08 – 12 .30) بالقاعة رقم (109 . 6 . 5).....

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

يفترض أن يتحكم الطلبة في مفاهيم عامة حول التسويق وأساسياته، وهي مكتسبات معرفية تم التعرض لها في السنة الثانية، إضافة إلى مكتسبات عامة عن المؤسسة والتنظيم.

الهدف العام للمادة التعليمية :

الهدف العام هو أن يكتسب الطلبة معرفة نوعيّة السوق والمنافسة

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

- التعرف على أهمية وقيمة المعرفة بالنسبة للمؤسسة.
- التعرف على مكونات المعرفة السوقية.
- تكوين معارف حول تطبيقات هذه المعارف في الميدان.

محتوى المادة التعليمية

- مفهوم المعرفة والمعرفة السوقية
- أنواع المعرفة السوقية
- معرفة الزبون
- معرفة المنافس
- معرفة الموردين
- دور معرفة السوق في صنع قرارات المزيج التسويقي
- تطبيقات المعرفة التسويقية

يمكن الاضافة في صفحة أخرى، عند الحاجة

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	50%
امتحان جزئي	05	12.50%
أعمال موجهة	05	12.50%
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي	05	12.50%
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)		
استجابات (Quizz)	05	12.50%
المواضبة (الحضور / الغياب)		
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع	40	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
Marketing Management	Kotler& Dubois	édition Publi-Union

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت)

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
إدارة التسويق المعاصر	عبيدات ابراهيم	دار مصابيح 2006
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة

المخطط الزمني المرتقب

التاريخ	محتوى الدرس	الأسبوع
	مفهوم المعرفة والمعرفة السوقية	الأسبوع الأول
	أنواع المعرفة السوقية ومستوياتها في المؤسسة	الأسبوع الثاني
	معرفة المنافس 1	الأسبوع الثالث
	معرفة المنافس 2	الأسبوع الرابع
	معرفة المنافس 3	الأسبوع الخامس
	معرفة الزبون 1	الأسبوع السادس
	معرفة الزبون 2	الأسبوع السابع
	معرفة الموزع	الأسبوع الثامن
	معرفة المورد	الأسبوع التاسع
	دور معرفة السوق في صنع قرارات المزيج التسويقي	الأسبوع العاشر
	الامتحان الجزئي	الأسبوع الحادي عشر
	تطبيقات المعرفة السوقية	الأسبوع الثاني عشر
	امتحان نهاية السداسي	الأسبوع الثالث عشر
	الامتحان الاستدراكي	-

أستاذة الأعمال الموجهة :

زويد الزهرة

الأستاذة (ة) المحاضر (ة) :

زويد الزهرة

نحن طلبة الفوج 01 من السنة الأولى شعبة علوم تجارية تخصص تسويق مصرفي ، ، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة "معرفة السوق" و على كيفية التقييم ، و فيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :

اللقب	الإسم	الإمضاء
01		
02		
03		
04		
05		
06		
07		
08		
09		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		

نحن طلبة الفوج 02 من السنة الأولى شعبة علوم تجارية تخصص تسويق مصرفي ، ، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة "معرفة السوق" و على كيفية التقييم ، و فيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :

اللقب	الإسم	الإمضاء
01		
02		
03		
04		
05		
06		
07		
08		
09		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		