



2021/2020	السنة الأكاديمية لآخر تغيير على توصيف المقرر	2020/2019	السنة الأكاديمية لاعتماد توصيف المقرر
مبادئ التسويق	اسم المقرر	MRKT102A	رمز المقرر
بكالوريوس /السنة الاولى	المستوى الدراسي	3	عدد الساعات المعتمدة
الإدارة	القسم	ادارة الاعمال	الكلية
	المتطلب الموازي		المتطلب السابق

1. تقديم المادة

يهدف هذا المقرر إلى إعطاء الطالب فكرة شاملة عن النشاط التسويقي بمنظمات الأعمال والمنظمات غير الهادفة للربح. يوضح المقرر مبادئ ومفاهيم وأنشطة التسويق في كل من الأسواق المحلية والدولية في ظل الظروف الاجتماعية والاقتصادية والتنافسية والتكنولوجية والقانونية التي تحيط بها، كما يبين الدور الذي تلعبه وظيفة التسويق في تحقيق أهداف المنظمة وفي تنشيط الاقتصاد الوطني. وتشمل المناقشة عملية تخطيط البرامج التسويقية وإنجازها والرقابة عليها مع شرح عناصر المزيج التسويقي (المنتج والتسعير والتوزيع والترويج) بالتفصيل.

2. أهداف المادة

- وصف موجز لنتائج التعلم الأساسية للطلبة المسجلين في هذا المقرر
- إدراك أهمية النشاط التسويقي لكل من الإقتصاد الوطني والإقتصاد العالمي.
 - التعرف على طبيعة ووظيفة التسويق في منشآت الأعمال والتنظيمات غير الهادفة للربح ودورها في تحقيق أهداف المنظمة.
 - الإحاطة بالظروف الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتنافسية والتكنولوجية والقانونية المحيطة بالمنشأة والمؤثرة في القرارات التسويقية.
 - التعرف على الأنشطة التسويقية المختلفة (ممثلة في المزيج التسويقي) وضرورة التنسيق بينها عند وضع وتنفيذ الخطط التسويقية.
 - إدراك أهمية التنسيق بين النشاط التسويقي والأنشطة الوظيفية الأخرى بالمنظمة كالتنسيق والإنتاج والبحوث والتنمية وشؤون العاملين .. الخ.
 - التعرف على عملية التخطيط التسويقي وأنواع الخطط التسويقية وما يتبعها من إجراءات رقابية.

3. مخرجات التعلم، التدريس، التعلم وطرق التقييم

مخرجات التعلم (نهائي)	طرق التدريس والتعلم (دلالي)	التقييم (دلالي)
عند الانتهاء بنجاح من هذه المادة، الطلاب سوف تكون قادرا على : تحديد أي تطورات رئيسية في مجال التسويق وتقديم لمحة عامة عن مبادرات المسؤولية الاجتماعية في هذا المجال.	<ul style="list-style-type: none"> • التمهيد للمحاضرة، وعرض أهدافها قبل المناقشة، والتمهيد لموضوع المحاضرة التالية في نهاية كل محاضرة • مناقشة جماعية للمحاضرة السابقة • استخدام وسائل مختلفة للتدريس المباشر، الحالات الدراسية، المناقشة الجماعية، استخدام أسلوب العصف الذهني أثناء المحاضرات • تفعيل وتنشيط المشاركة الصفية إيماناً بدورها في تطوير وإثراء المحاضرة 	امتحانات + مشاركة فصلية + بحوث



<ul style="list-style-type: none"> • قبل المناقشة، والتمهيد لموضوع المحاضرة التالية في نهاية كل محاضرة • مناقشة جماعية للمحاضرة السابقة • استخدام وسائل مختلفة للتدريس المباشر، الحالات الدراسية، المناقشة الجماعية، استخدام أسلوب العصف الذهني أثناء المحاضرات • تفعيل وتنشيط المشاركة الصفية إيماناً بدورها في تطوير وإثراء المحاضرة 	

4. توزيع الدرجات

التقييم	النسبة المئوية للدرجات النهائية (%)
20%	الامتحان الأول
20%	الامتحان الثاني
20%	بحوث وعروض ومهام
40%	الامتحان النهائي
100%	المجموع

5. درجات النجاح المطلوبة

سيحقق الطلاب 3 من الساعات المعتمدة لهذه المادة وذلك بالنجاح في كل تقييمات المادة (بدلاً من ذلك، قائمة تقييمات نجاح إجبارية*) و تحقيق الحد الأدنى من النتيجة الإجمالية 50%
*التأكد من أن تؤخذ كل مخرجات التعلم في الاعتبار

6. محتوى البرنامج (دلالي)

محتوى /موضوع المحاضرة	الوقت (الساعات)
مقدمة في علم الإدارة	3
تعريف مفهوم التسويق	3
المفهوم الاجتماعي للتسويق.	3
انواع السوق	3
خصائص وسمات التسويق	3
المزيج التسويقي	3
الاختبار الأول	



6. محتوى البرنامج (دلالي)	
الوقت (الساعات)	محتوى /موضوع المحاضرة
3	عناصر إستراتيجية التسويق
3	الفرق بين البيع والتسويق
3	تخطيط التسويق
3	اهمية التسويق على المستويات المختلفة
	الاختبار الثاني
3	الفكر التسويقي الحديث... مدارس التسويق
3	وظائف التسويق
3	ادارة التسويق
3	التسويق الالكتروني
3	مراجعته
	الاختبار النهائي
48	مجموع الساعات
45	بالاضافة إلى ساعات الدراسة المستقلة الموصى بها
93 ساعة	المجموع الكلي

7. القراءة الموصى بها

النص الأساسي /نصوص
.ناجي معلا، رائف توفيق، اصول التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008
المكتبة + مصادر الأترنت: