

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جهاز الإشراف والتقويم العلمي  
دائرة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي

## استمارة وصف البرنامج الأكاديمي للكليات والمعاهد

الجامعة : الجامعة التقنية الوسطى  
الكلية/ المعهد: معهد الإدارة التقني  
القسم العلمي : تقنيات ادارة المواد  
تاريخ ملء الملف : ٢٠٢٢

التوقيع :  
اسم المعاون العلمي : د. محمد نائل محمد  
التاريخ :

التوقيع : طارق  
اسم رئيس القسم : د. حنانور إبراهيم مخلص  
التاريخ : ٢٠٢٢ - ٠٤ - ٠٤

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي:  
التاريخ  
التوقيع

مصادقة السيد العميد

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جهاز الإشراف والتقويم العلمي  
دائرة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي

## استمارة وصف البرنامج الأكاديمي للكليات والمعاهد

الجامعة : التقنية الوسطى  
الكلية/ المعهد: الإدارة تقني / بغداد  
القسم العلمي : تقنيات إدارة المواد  
تاريخ ملء الملف :

التوقيع :  
اسم المعاون العلمي :  
التاريخ :

التوقيع :  
اسم رئيس القسم :  
التاريخ :

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي:  
التاريخ  
التوقيع

مصادقة السيد العميد

## وصف البرنامج الأكاديمي

يوفر وصف البرنامج الأكاديمي هذا إيجازاً مقتضباً لأهم خصائص البرنامج ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنًا عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة . ويصاحبه وصف لكل مقرر ضمن البرنامج

|  |   |
|--|---|
| 1. المؤسسة التعليمية   | معهد الإدارة تقني / بغداد                       |
| 2. القسم العلمي / المركز   | تقنيات إدارة المواد                             |
| 3. اسم البرنامج الأكاديمي او المهني  | إدارة التسويق                                   |
| 4. اسم الشهادة النهائية  | دبلوم فني                                       |
| 5. النظام الدراسي :<br>سنوي /مقررات /أخرى  | سنوي  |
| 6. برنامج الاعتماد المعتمد   | معتمد من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي |
| 7. المؤثرات الخارجية الأخرى  | الانترنت ومتطلبات سوق العمل                     |
| 8. تاريخ إعداد الوصف   | 2022/8/12                                       |
| 9. أهداف البرنامج الأكاديمي  |   |
| 1- اكتساب الطالب المهارات النظرية والعملية في مجال إدارة التسويق وممارسة الأنشطة التسويقية في منظمات الأعمال . |   |
| 2- القدرة على اتخاذ القرارات التسويقية   |   |
| 3- القدرة على تحديد السوق المستهدف للنشاط التسويقي .   |   |
| 4- القدرة على اختيار المزيج التسويقي المناسب للسوق المستهدف  |   |
| 5- تعريف الطالب بوسائل تنشيط المبيعات.   |   |
| 6 - التأكيد على أهمية تعلم وممارسة الأنشطة التسويقية مهنيًا واجتماعيًا   |   |
|  |   |

## 10. مخرجات البرنامج المطلوبة وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

|  |
|--|
| <p>أ- الأهداف المعرفية</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1- إكساب الطالب المهارات المعرفية في الأنشطة التسويقية وإدارة التسويق</li><li>2- أن يكون قادرا على فهم البيئة التسويقية وتأثيرها على النشاط التسويقي</li><li>3- أن يتعرف على كيفية تحديد السوق المستهدف المناسب لنشاط منظمات الأعمال</li><li>4- اكتساب المعرفة بدوافع الشراء وأنواعها وأساليب تحفيز الزبون المستهدف لاتخاذ قرار الشراء.</li><li>5- الإلمام بمفهوم المزيج التسويقي وعناصره الأساسية ( المنتج , السعر , الترويج , التوزيع ) وأهمية كل عنصر وتأثيره في نجاح العملية التسويقية .</li><li>6- يعرف الأهداف الأساسية للترويج وعناصر المزيج الترويجي وأساليب التأثير في الزبون .</li></ol>  |
| <p>ب – الأهداف المهاراتية الخاصة بالبرنامج</p> <ol style="list-style-type: none"><li>ب 1 – تعلم استخدام الطالب للحاسبة والانترنت في مجال اختصاصه .</li><li>ب 2 - يلخص الطالب المعلومات لبناء الأفكار المعرفية حول إدارة التسويق</li><li>ب 3 - توسيع قدرة الطالب على التعامل مع العرض و الطلب في السوق وكيفية الترويج للمنتجات المختلفة</li></ol>   |
| <p>طرائق التعليم والتعلم</p>   |
| <p>اعتماد أسلوب التعليم المدمج والاستعانة بالأدوات التالية :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1- طريقةلقاء المحاضرة المنهجية المقررة</li><li>2- المناقشة و الحوار والاستشهاد بالأمثلة الواقعية</li><li>3- وسائل إيضاح الكترونية - بور بوينت في التعليم الالكتروني</li><li>4- استخدام الصبورة في المحاضرات الحضورية</li><li>5- استخدام- data show</li><li>6- الواجبات البيئية</li><li>7- التقارير والبحوث</li></ol>  |
| <p>طرائق التقييم</p>   |
| <ol style="list-style-type: none"><li>1- من خلال المشاركات في التحضير اليومي ومستوى تفاعل الطالب وقدرته على المناقشة .</li><li>2- الاختبارات اليومية الشفوية, الاختبارات التحريرية,الأوراق البحثية.</li><li>3- الامتحانات الفصلية والنهائية.</li><li>4- مستوى التزام الطالب بأداء الواجبات المكلف بها</li><li>5- مستوى الحضور والغياب للمحاضرات.</li></ol>   |
| <p>ج- الأهداف الوجدانية والقيمية .</p> <ol style="list-style-type: none"><li>ج1- أن يتعلم الطالب فن الإصغاء أثناء قيام الأستاذ بعرض الموضوع</li><li>ج2- تطوير وتعزيز مهارة التفكير حسب قدرة الطالب والانتقال به إلى مستوى التفكير العالي.</li><li>ج3- رفع ثقة الطالب بنفسه وإدراك أهميته وان له دور في إدارة المحاضرة من خلال مشاركته ومناقشاته فيها وحرية التعبير بأسلوبه الخاص .</li><li>ج4- أن يتعلم الطالب أسلوب العمل الجماعي ( فرق العمل ) إثناء انجاز بعض الواجبات مثل أعداد التقارير الدورية او بحوث التخرج مما يشجع على التعاون بين الفريق.</li><li>ج5- تشجيع الطالب على حب العلم والتعلم واكتساب المعرفة وتنمية المهارات .</li><li>ج6- التأكيد على القيم الأخلاقية والنزاهة من خلال دراستنا الأخلاقيات التسويق .</li></ol> |

|  |                      |                      |
|--|----------------------|----------------------|
| طرائق التعليم والتعلم  |                      |                      |
| <p>1- إستراتيجية التفكير حسب قدرة الطالب .<br/> 2- إستراتيجية تنمية مهارات التفكير وحل المشكلات .<br/> 3- الاستشهاد بأمثلة مناسبة تحثهم على التمسك بالسلوكيات الحسنة مأخوذة من مصادر متنوعة ( محلية وعربية وعالمية ) بالاستفادة من الانترنت .<br/> 4- تبادل الأدوار<br/> 5- استخدام- data show</p>   |                      |                      |
| طرائق التقييم  |                      |                      |
| <p>1- النشاط اليومي من خلال( المشاركات في التحضير اليومية, طرح الأسئلة الخاصة بالموضوع من خلال الأمثلة لحالات واقعية وقياس مدى تجاوبهم وتفاعلهم, مساهمة الطلبة في الإتيان بأمثله لحالات واقعية وطرحها للنقاش ) .<br/> 2- الامتحانات الفصلية والنهائية<br/> 3- مستوى الالتزام بالمحاضرات الالكترونية في منصة <b>Google Classroom</b><br/> 4- مستوى الالتزام والتفاعل بالمحاضرات الالكترونية في منصة <b>Google meet</b></p>  |                      |                      |
| <p>د-المهارات العامة والقابلة للتحويل (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي).<br/> 1-تمكين الطالب من إدارة الأنشطة التسويقية المتعلقة بالبيع و تنشيط المبيعات<br/> 2- تمكين الطالب من التعرف على رغبات واحتياجات الزبائن من خلال استخدام البحوث التسويقية.<br/> 3-تمكين الطالب من التعامل باحترافية مع الزبائن وإثارة دوافع الشراء لديهم.<br/> 4-تمكين الطالب من التواصل وتعلم إدارة العلاقات العامة<br/> 5- تعلم إدارة الوقت في تلبية متطلبات الأنشطة التسويقية<br/> د.6- حث الطلبة على تصفح الانترنت وزيارة المواقع العلمية للاطلاع على البحوث ودعم المعرفة .</p> |                      |                      |
| طرائق التعليم والتعلم  |                      |                      |
| <p>1- - طريقة إلقاء المحاضرة المنهجية المعتمدة<br/> 2- المناقشة و الحوار والاستشهاد بالأمثلة الواقعية<br/> 3- مشاركة الطلبة في الدورات والورش التخصصية والثقافية المتنوعة<br/> 4- وسائل إيضاح الكترونية - بور بوينت في التعليم الالكتروني<br/> 5- مشاركة الطلبة في الأنشطة الا صفية الاجتماعية والثقافية المتنوعة (حملات العمل التطوعي, العمل الجماعي - فرق العمل )</p>  |                      |                      |
| طرائق التقييم  |                      |                      |
| <p>1. النشاط اليومي(الاختبارات الشفوية, الاختبارات التحريرية,الأوراق البحثية).<br/> 2. الامتحانات الفصلية والنهائية.<br/> 3. من خلال تفاعل الطلبة مع البرامج التدريبية ( الحوار ومناقشة الأفكار وطرح الأسئلة )<br/> 4. عدد المشاركين من الطلبة في البرامج التدريبية<br/> 5. التغييرات الملحوظة في سلوكيات الطالب</p>   |                      |                      |
| 11.بنية البرنامج   |                      |                      |
| المرحلة الدراسية   | رمز المقرر أو المساق | اسم المقرر أو المساق |
| الساعات المعتمدة   |                      |                      |

| عملي | نظري |               |  |             |
|------|------|---------------|--|-------------|
| 2    | 2    | أدارة التسويق |  | الصف الثاني |
|      |      |               |  |             |
|      |      |               |  |             |
|      |      |               |  |             |
|      |      |               |  |             |
|      |      |               |  |             |
|      |      |               |  |             |

## 12. التخطيط للتطور الشخصي

- 1- حذف المفردات والموضوعات المتقدمة والتي انتفت الحاجة اليها .
- 2- مواكبة التطور العلمي لإدارة التسويق و إضافة المصطلحات والموضوعات الجديدة المعاصرة .
- 3- مواكبة سوق العمل وتلبية متطلباته من خلال إدخال الأساليب التسويقية المعاصرة والمعمول بها حالياً
- 4- الاستفادة من شبكة الانترنت في متابعة أداء منظمات الأعمال الرائدة في السوق وتجارب رجال الأعمال ( المحلية والعربية والعالمية ) والأنشطة التسويقية الشائعة و الأساليب المعاصرة في تطبيق إستراتيجية المزيج التسويقي لاستشهاد بها كحالات تطبيقية .
- 5- التنوع في مصادر الحصول على المعلومات ( النظرية والتطبيقية )

## 13. معيار القبول (وضع الأنظمة المتعلقة بالالتحاق بالكلية أو المعهد)

- 1- التعليم الصباحي:القبول المركزي وفق المعدلات السنوية التي تحددها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
- 2-التعليم المسائي:حسب المعدلات التي تحددها الجامعة التقنية الوسطى وبمصادقة الوزارة.

## 14. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- الكتب العربية
- 2- الكتب الأجنبية
- 3- البحوث المنشورة في المجلات العربية والأجنبية .
- 4- الانترنت

مخطط مهارات المنهج

يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

| المهارات العامة والتأهيلية المنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |    |    |    | الأهداف الوجدانية والقيمية |    |    |    | الأهداف المهاراتية الخاصة بالبرنامج |    |    |    | الأهداف المعرفية |    |    |    | أساسي أم اختياري | اسم المقرر    | رمز المقرر | السنة / المستوى     |
|---|----|----|----|----------------------------|----|----|----|-------------------------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|------------------|---------------|------------|---------------------|
| د4  | د3 | د2 | د1 | ج4                         | ج3 | ج2 | ج1 | ب4                                  | ب3 | ب2 | ب1 | أ4               | أ3 | أ2 | أ1 |                  |               |            |                     |
| *   | *  | *  | *  | *                          | *  | *  | *  |                                     | *  | *  | *  | *                | *  | *  | *  | أساسي            | إدارة التسويق |            | 2022/2021<br>الثاني |
|   |    |    |    |                            |    |    |    |                                     |    |    |    |                  |    |    |    |                  |               |            |                     |
|   |    |    |    |                            |    |    |    |                                     |    |    |    |                  |    |    |    |                  |               |            |                     |
|   |    |    |    |                            |    |    |    |                                     |    |    |    |                  |    |    |    |                  |               |            |                     |
|   |    |    |    |                            |    |    |    |                                     |    |    |    |                  |    |    |    |                  |               |            |                     |
|   |    |    |    |                            |    |    |    |                                     |    |    |    |                  |    |    |    |                  |               |            |                     |
|   |    |    |    |                            |    |    |    |                                     |    |    |    |                  |    |    |    |                  |               |            |                     |

## نموذج وصف المقرر

### وصف المقرر

يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها معبراً هنا عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج؛

|   |  |
|---|--|
| 1. المؤسسة التعليمية  | الجامعة التقنية الوسطى                             |
| 2. القسم العلمي / المركز  | معهد الإدارة تقني / بغداد- قسم تقنيات إدارة المواد |
| 3. اسم / رمز المقرر   | إدارة التسويق                                      |
| 4. أشكال الحضور المتاحة   | يومي   |
| 5. الفصل / السنة  | سنوي   |
| 6. عدد الساعات الدراسية (الكلي)   | 4 ساعات x 30 أسبوع = 120 ساعة سنويا                |
| 7. تاريخ إعداد هذا الوصف  | 2022/8/12  |
| 8. أهداف المقرر   |  |
| 1- المفاهيم الأساسية وأهمية وأهداف التسويق وما الذي يتم تسويقه.   |  |
| 2- المفاهيم الأساسية للبيئة التسويقية وخصائص البيئة التسويقية   |  |
| 3- إكتساب الطالب مهارة معرفية عن مفهوم ومواصفات وأهمية المفاهيم المتخصصة بأنشطة التسويق بما يجعله قادراً على أسس الوظائف التسويقية والمزيج التسويقي في منظمات الأعمال . |  |
| 4- المفاهيم والأهداف الأساسية للترويج وعناصر المزيج الترويجي وأساليب أعداد موازنة الترويج.  |  |
| 5- اكتساب الطالب مهارة معرفية بدوافع الشراء وكيفية التعامل معها لتلبية حاجات ورغبات الزبون  |  |
| 6- تطوير المهارات التسويقية المتعلقة بعمليات تنشيط المبيعات.  |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |



10. مخرجات المقرر وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ- الأهداف المعرفية

- 1- أن يتعرف على مفهوم الأنشطة التسويقية .
- 2- أن يكون قادرا على فهم البيئة التسويقية وتأثيرها على النشاط التسويقي
- 3- أن يتعرف على كيفية تحديد السوق المستهدف المناسب لنشاط منظمات الأعمال
- 4- اكتساب المعرفة بدوافع الشراء وأنواعها وأساليب تحفيز الزبون المستهدف لاتخاذ قرار الشراء.
- 5- الإلمام بمفهوم المزيج التسويقي وعناصره الأساسية ( المنتج , السعر , الترويج , التوزيع ) وأهمية كل عنصر وتأثيره في نجاح العملية التسويقية .
- 6- يعرف الأهداف الأساسية للترويج وعناصر المزيج الترويجي وأساليب التأثير في الزبون .

ب - الأهداف المهاراتية الخاصة بالمقرر.

- ب 1 - تعلم استخدام الطالب للحاسبة والانترنت في مجال اختصاصه .
- ب 2 - يلخص الطالب المعلومات لبناء الأفكار المعرفية حول إدارة التسويق
- ب 3 - تعلم كيفية التعامل مع توجهات الزبون وكيفية الترويج للمنتجات المختلفة للتأثير في الزبون وتحفيز دوافع الشراء .
- ب 4 - تعلم الاتصال
- ب 5- تعلم مهارات البيع الشخص .

طرائق التعليم والتعلم

اعتماد أسلوب التعليم المدمج والاستعانة بالأدوات التالية :

- 1- طريقة ألقاء المحاضرة المنهجية المقررة
- 2- المناقشة و الحوار والاستشهاد بالأمثلة الواقعية
- 3- وسائل إيضاح الكترونية - بور بوينت في التعليم الالكتروني
- 4- استخدام الصبورة في المحاضرات الحضورية
- 5- استخدام شاشة - data show
- 6- الواجبات البينية
- 7 -التقارير والبحوث

طرائق التقييم

- 1- النشاط اليومي :من خلال المشاركات في التحضير اليومي ومستوى تفاعل الطالب وقدرته على المناقشة .
- 2- الاختبارات اليومية الشفهية المفاجئة.
- 3- الاختبارات التحريرية (الشهرية والفصلية )
- 4- مستوى التزام الطالب بأداء الواجبات المكلف بها
- 5- مستوى الحضور والغياب للمحاضرات.

ج- الأهداف الوجدانية والقيمية

- ج 1- أن يتعلم الطالب فن الإصغاء أثناء قيام الأستاذ بعرض الموضوع .
- ج 2- تطوير وتعزيز مهارة التفكير حسب قدرة الطالب والانتقال به إلى مستوى التفكير العالي.
- ج 3- رفع ثقة الطالب بنفسه وإدراك أهميته وان له دور في إدارة المحاضرة من خلال مشاركته

- ومناقشاته فيها وحرية التعبير بأسلوبه الخاص .
- ج4- أن يتعلم الطالب أسلوب العمل الجماعي ( فرق العمل ) إنشاء انجاز بعض الواجبات مثل أعداد التقارير الدورية أو بحوث التخرج مما يشجع على التعاون بين الفريق.
- ج5- تشجيع الطالب على حب العلم والتعلم واكتساب المعرفة وتنمية المهارات .
- ج6- التأكيد على القيم الأخلاقية والنزاهة من خلال دراستنا الأخلاقيات التسويقي .

#### طرائق التعليم والتعلم

- 1- إستراتيجية التفكير حسب قدرة الطالب .
- 2- إستراتيجية تنمية مهارات التفكير
- 3- الاستشهاد بأمثلة مناسبة للمناهج الدراسي - تحثهم على التمسك بالسلوكيات الحسنة في تطبيق الأنشطة التسويقية مأخوذة من مصادر متنوعة ( محلية وعربية وعالمية ) بالاستفادة من الانترنت .
- 4- تبادل الأدوار .

#### طرائق التقييم

- 1- النشاط اليومي -الحضوري و الالكتروني : من خلال (المشاركات في التحضير اليومي للمادة , طرح الأسئلة الخاصة بالموضوع من خلال الأمثلة لحالات واقعية وقياس مدى تجاوبهم وتفاعلهم , مساهمة الطلبة في الإتيان بأمثله لحالات واقعية وطرحها للنقاش ) .
- 2- الاختبارات اليومية الشفوية أو التحريرية المفاجئة
- 3- الامتحانات التحريرية ( الفصلية والنهائية )
- 4- مستوى التزام الطالب في الحضور الفعلي في الصف الدراسي في المعهد .
- 5- مستوى الالتزام بوقت المحاضرات الالكترونية في منصة **Google Classroom**
- 4- مستوى الالتزام والتفاعل مع المحاضرات الالكترونية في منصة **Google meet**
- د - المهارات العامة والتأهيلية المنقولة ( المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي ).
- د1- تمكين الطالب من إدارة الأنشطة التسويقية المتعلقة بالبيع و تنشيط المبيعات
- د2- تمكين الطالب من التعرف على رغبات واحتياجات الزبائن من خلال استخدام البحوث التسويقية.
- د3- تمكين الطالب من التعامل باحترافية مع الزبائن وإثارة دوافع الشراء لديهم.
- د4- تمكين الطالب من التواصل وتعلم إدارة العلاقات العامة
- د5- تعلم إدارة الوقت واحترام الزمن في تلبية متطلبات الأنشطة التسويقية والانضباط في أداء الواجبات الدراسية .
- د6- حث الطلبة على تصفح الانترنت وزيارة المواقع العلمية للاطلاع على البحوث ودعم المعرفة .

| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة   | اسم الوحدة / أو الموضوع   | طريقة التعليم  | طريقة التقييم        |
|---------|---------|--|---|----------------|----------------------|
| 1       | 4       | يتعلم مفهوم التسويق  | نظرة شمولية لمفهوم التسويق  | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 2       | 4       | يتعلم مفهوم المزيج التسويقي وعناصره  | مفهوم المزيج التسويقي وعناصره (المنتج, السعر, المكان والترويج )   | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 3       | 4       | يتعلم مفهوم البيئة التسويقية الداخلية والخارجية ومكوناتها  | البيئة التسويقية - الداخلية والخارجية   | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 4       | 4       | يتعلم خطوات اتخاذ القرار الشرائي - يتعلم سلوك المستهلك عند اتخاذ كل نوع من أنواع قرارات الشراء ويفهم دوافعه                | سلوك المستهلك -قرارات الشراء أنواعها والعوامل المؤثرة عليها -خطوات اتخاذ القرار الشرائي- دوافع الشراء   | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 6,5     | 8       | يتعلم تقييم السوق - مفهوم السوق-أنواع الأسواق- اختيار الهدف السوقي- أسس تقسيم الأسواق- طرق التنبؤ بالمبيعات                | تقييم السوق مفهوم السوق- أنواع الأسواق- اختيار الهدف السوقي- أسس تقسيم الأسواق- التنبؤ بالمبيعات  | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 8,7     | 8       | يتعلم أنواع المنتجات وتصنيفاتها وخطوات ابتكارها - دورة حياة المنتج- وأسباب فشلها وأهمية تطويرها                            | المنتج- المقصود بالمنتج- مزيج المنتجات- تصنيفات المنتجات - دورة حياة المنتجات- خطوات ابتكار السلعة - الصورة الذهنية للمنتجات - تطوير السلع - أسباب فشل السلع الجديدة - مكونات السلعة- العمر الإنتاجي للسلعة | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 9       | 4       | يتعلم مفهوم التعبئة والتغليف- والتغليفو معاييرها- تبيين وتمييز المنتجات  | التعبئة والتغليف- المفهوم - معايير التغليف الفاعل - تبيين المنتجات -التمييز   | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 11,10   | 8       | يتعلم التوزيع والقنوات التوزيعية وأنواعها-أنشطة القنوات التوزيعية-العوامل المؤثرة في قناة التوزيع- التكامل العمودي والأفقي | التوزيع والقنوات التوزيعية- مفهومها وأنواعها-أنشطة القنوات التوزيعية-العوامل المؤثرة في قناة التوزيع- التكامل العمودي والأفقي   | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |
| 12      | 4       | يتعلم تجارة الجملة -مفهوم المنشآت التسويقية-أنشطة المنشآت التسويقية-   | تجارة الجملة- مفهوم المنشآت التسويقية- أنشطة المنشآت التسويقية-تصنيف  | التعليم المدمج | اختبارات ونقاش مباشر |

|                      |                |   |  |   |       |
|----------------------|----------------|---|--|---|-------|
|                      |                | تجارة الجملة  | تصنيف تجارة الجملة   |   |       |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | تجارة المفرد- طبيعة وأهمية تجارة المفرد- المتاجر الضخمة-تجارة المفرد بدون المخازن- السمات الجديدة في تجارة المفرد   | يتعلم تجارة المفرد طبيعة وأهمية تجارة المفرد- المتاجر الضخمة تجارة المفرد بدون المخازن- السمات الجديدة في تجارة المفرد والقدرة على فهم الاختلاف بين تجارة الجملة وتجارة المفرد | 4 | 13    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | التوزيع المادي-أنشطة التوزيع المادي-النقل - السيطرة على الخزين- مناولة المواد -إجراءات الطلب                        | يتعلم التوزيع المادي- أنشطة التوزيع المادي-النقل- السيطرة على الخزين- مناولة المواد- إجراءات الطلب   | 8 | 15,14 |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | الاتصالات التسويقية- الترويج -إجراءات الاتصال -المزيج الترويجي- العوامل المؤثرة على تركيب المزيج الترويجي           | يتعلم الاتصالات التسويقية- إجراءات الاتصال المزيج الترويجي-العوامل المؤثرة على تركيب المزيج الترويجي   | 4 | 16    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | الإعلان - أهمية الإعلان- أهداف استخدام الإعلان- وسائل نشر الإعلان - الحملات الإعلانية                               | يتعلم مفهوم الإعلان- أهداف الإعلان-وسائل نشر الإعلان - الحملات الإعلانية   | 8 | 18,17 |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | تنشيط المبيعات -طبيعة واستخدام مفهوم تنشيط المبيعات-إشكال تنشيط المبيعات- النشر                                     | يتعلم مفهوم تنشيط المبيعات - طبيعة واستخدام تنشيط المبيعات -إشكال تنشيط المبيعات - النشر   | 4 | 19    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | البيع الشخصي - المفهوم- إجراءات البيع الشخصي - إدارة قوى البيع  | يتعلم البيع الشخصي - المفهوم- إجراءات البيع الشخصي- تعلم مهارات البيع الشخصي -إدارة قوى البيع  | 4 | 20    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | التسعير -أهداف التسعير- العوامل المؤثرة على قرارات التسعير  | يتعلم التسعير- أهداف التسعير-العوامل المؤثرة على قرارات التسعير  | 8 | 22,21 |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | تسويق الخدمات - مفهوم الخدمة،أهميتها- خصائص (إشكال) الخدمات - الظروف المقترنة بصناعة الخدمة -المزيج التسويقي للخدمة | يتعلم مفهوم الخدمة،أهميتها- خصائص وإشكال الخدمات والظروف المقترنة بصناعة الخدمة -المزيج التسويقي للخدمة والقدرة على فهم الاختلاف بين تسويق السلع وتسويق الخدمات                | 4 | 23    |

|                      |                |  |  |   |       |
|----------------------|----------------|--|--|---|-------|
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | نظام المعلومات التسويقية وبحوث التسويق - المفهوم - المنافع من اعتماد نظام المعلومات التسويقية- مكونات النظام - مفهوم بحوث التسويق -تصميم البحث التسويقي - خطوات إجراء البحث التسويقي | يتعلم مفهوم نظام المعلومات التسويقية وبحوث السوق- المنافع من اعتماد نظام المعلومات التسويقية, مفهوم بحوث التسويق, تصميم البحث التسويقي- خطوات إجراء البحث التسويقي | 8 | 25,24 |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | استراتيجيه التسويق والرقابة عليها - متطلبات الإستراتيجية التسويقية- إجراءات الإستراتيجية التسويقية-تقويم أداء الإستراتيجية التسويقية   | يتعلم مفهوم استراتيجيه التسويق -متطلبات الإستراتيجية التسويقية- إجراءات الإستراتيجية التسويقية-تقويم أداء الإستراتيجية التسويقية                                   | 4 | 26    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | التسويق في المنظمات غير الربحية - المفهوم - أهداف المنظمات غير الربحية - إستراتيجية المنظمات غير الربحية   | يتعلم مفهوم وآلية التسويق في المنظمات غير الربحية -أهداف المنظمات غير الربحية و إستراتيجيتها   | 4 | 27    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | التسويق المباشر - معنى التسويق المباشر-خصائص التسويق المباشر- وسائل الاتصال  | يتعلم مفهوم وخصائص التسويق المباشر- وسائل الاتصال - مهارات التسويق المباشر   | 4 | 28    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | الاعتبارات الاجتماعية والأخلاقية للتسويق -مفهوم أخلاقيات التسويق   | يتعرف على الاعتبارات الاجتماعية والأخلاقية للتسويق- مفهوم أخلاقيات التسويق- ترسيخ القيم الأخلاقية وتشجيع السلوكيات الصحيحة في التسويق                              | 4 | 29    |
| اختبارات ونقاش مباشر | التعليم المدمج | التسويق الأخضر-المفهوم - المستهلك الأخضر -إبعاد التسويق الأخضر- المزيج التسويقي الأخضر وعناصره -المزيج التسويقي الداخلي والخارجي -النتائج المتحققة من التسويق الأخضر                 | يتعلم مفهوم التسويق الأخضر -إبعاد التسويق الأخضر- المزيج التسويقي الأخضر وعناصره -المزيج التسويقي الداخلي والخارجي,النتائج المتحققة من التسويق الأخضر              | 4 | 30    |

12. البنية التحتية

المنهاج الحالي المعتمد من قبل اللجنة القطاعية

1- الكتب المقررة المطلوبة

|   |  |
|---|--|
| <p>1- ثامر البكري "أدارة التسويق" عمان,الأردن .لطبعة الرابعة,أثراء للنشر والتوزيع,عمان,الأردن -2011<br/> 2-ثامر البكري,التسويق أسس ومفاهيم معاصرة ,أثراء للنشر والتوزيع, عمان- 2006<br/> 3- فليب كوتلر " كوتلر يتحدث عن التسويق – كيف تنشئ الأسواق وتغزوها وتسيطر عليها " ترجمة فيصل عبد الله بابكر - مكتبة جرير -كتاب الكتروني -2008<br/> 4- فيليب كوتلر,وجاري ارمسترونج "أساسيات التسويق" دار المريخ .للتنشر,الرياض,السعودية - كتاب الكتروني - 2009<br/> 5- فيليب كوتلر " إدارة التسويق " كتاب الكتروني – 2009<br/> 6-حميد الطائي,بشير العلق, تسويق الخدمات مدخل استراتيجي وظيفي,اليازوري,عمان ,الأردن -2009 .<br/> 7-المواقع الالكترونية المتخصصة<br/> 8- الانترنت</p> | <p>2- المراجع الرئيسية (المصادر)</p>   |
| <p>كتب حديثة في إدارة التسويق المعاصر</p>   | <p>ا- الكتب والمراجع التي يوصى بها ( المجلات العلمية , التقارير , .... )</p> |
| <p>المواقع الالكترونية المتخصصة</p>   | <p>ب - المراجع الالكترونية, مواقع الانترنت<br/> ....</p>                     |

|   |
|---|
| <p>13. خطة تطوير المقرر الدراسي</p>   |
| <p>تحديث المنهاج الدراسي الحالي من خلال :</p> <p>1- حذف المصطلحات والموضوعات المتقدمة والتي انتفت الحاجة اليها .<br/> 1- مواكبة التطور العلمي لإدارة التسويق و إضافة المصطلحات والموضوعات الجديدة المعاصرة .<br/> 2- مواكبة سوق العمل وتلبية متطلباته من خلال إدخال الموضوعات والأساليب التسويقية المعمول بها حالياً .<br/> 3- الاستفادة من شبكة الانترنت ( مواقع متنوعة ) في متابعة أداء منظمات الأعمال الرائدة في السوق وتجارب رجال الأعمال ( المحلية والعربية والعالمية ) والأنشطة التسويقية الشائعة و الأساليب المعاصرة في تطبيق إستراتيجية المزيج التسويقي لاستشهاد بها كحالات تطبيقية .<br/> 4- التنوع في مصادر الحصول على المعلومات ( النظرية والتطبيقية )</p> |