

نموذج مواصفات المقرر

جامعة النهريين كلية اقتصاديات الاعمال

أولاً : البيانات العامة للمقرر

- ١- البرنامج او البرامج التي يقدم من خلالها المقرر: إدارة الاستثمار والموارد
- ٢- عناصر المقرر رئيسي ثانوي
- ٣- القسم المسؤول عن المقرر : اقتصاديات إدارة الاستثمار والموارد
- ٤- القسم او الأقسام التي تعطي المقرر في الفصل الدراسي: قسم اقتصاديات إدارة الاستثمار والموارد
- ٥- السنة الدراسية: 2017/2016 الفصل الدراسي: الثاني المرحلة: الأولى
- ٦- تاريخ اعتماد توصيف المقرر :
- ٧- مستويات التقييم:

ثانياً : البيانات الأساسية

- ١- عنوان المقرر الدراسي: ادارة التسويق كود المقرر الدراسي:
- ٢- الساعات المعتمدة

عدد الساعات	نظري	تطبيقي	عملي	المجموع	عدد الوحدات
٢	٢			٢	٢

- ٣- الكادر التدريسي : م.م. أزهر نعمه

ثالثاً : البيانات المهنية:

- ١- الأهداف العامة للمقرر: تقديم العلوم والمعرفة في الاعمال والاجراءات الخاصة بعلم التسويق لما له من اثر على المنظمات العامه والخاصة الربحية منها وغير الربحية وتعليم الطلبة لمفاهيم ادارة التسويق ومواكبة التطورات الحاصله في العالم وتعريفهم باستخدام هذا المصلح القديم بنشاته والحديث بتطوره عبر عجلة الزمن واعتباره عنصر مهم في الاعمال اليومية للمنظمات .
- ٢- النتائج التعليمية المستهدفة للمقرر:

أ. المعرفة والفهم:

1. معرفة الدور التفاعلي والاسهامات والاجراءات العلمية والعملية للتسويق بالنسبة للمنظمات ككل.
- ٢ . اتباع الاساليب الحديثة في مفاهيم التسويق ومواكبتها للتطورات السريعة في سوق الاعمال.
٣. اعتماد التطورات الفلسفية لمفهوم مراحل التسويق التاريخية والتوجهات المعتمدة فيالمنظمات في التعامل مع البيئة المحيطة بالمنظمات.
- ٤ . معرفة ادراة التسويق وانماطها وعلاقتها مع الادرات الاخرى في المنظمة.

ب- المهارات الذهنية :

- ١ . تحفيز القدرات الذهنية لدى الطلبة .
- ٢ . القدرة على التحليل وحل المشكلات والحالات .

ج- المهارات المهنية والعلمية:

- ١ . الاسهام في اظهار المهارات الخفية لدى الطلبة والاسهام في تحفيز مهاراتهم العلمية والمهنية والادراكية .

د- المهارات العامة والمنقولة:

- ١ . العمل بالتنسيق مع الادارات الاخرى لما لها من دور في تحقيق اهداف المنظمات ومكتسباتها والعمل ايضا كمجموعه او فريق .

٣- المحتوى:

المواضيع	عدد الساعات	المحاضرة	دروس أكاديمية / عملية / إرشاد
مدخل في التسويق	٢	محاضرة	أكاديمية
البيئة التسويقية	٢	محاضرة	أكاديمية
نظام المعلومات التسويقي وبحوث التسويق	٢	محاضرة	أكاديمية
استراتيجيات التسويق وتجزئة السوق	٢	محاضرة	أكاديمية
مراجعة وامتحان	٢	محاضرة	أكاديمية وإرشادية
تجزئة السوق	٢	محاضرة	أكاديمية
اسواق المستهلك وسلوك الشراء	٢	محاضرة	أكاديمية
الخطوات العملية في علمية اتخاذ قرار الشراء	٢	محاضرة	أكاديمية
المنتج	٢	محاضرة	أكاديمية
مراحل دورة حياة المنتج	٢	محاضرة	أكاديمية
الخدمات الالهية والتعريف	٢	محاضرة	أكاديمية
الاختلاف التسويقي للخدمات عما هو عليه في السلع	٢	محاضرة	أكاديمية
مناقشة بحوث الطلبة	٢	محاضرة	أكاديمية وعملية
مراجعة شاملة وامتحان	٢	محاضرة	أكاديمية وإرشادية

٤- أساليب التعليم والتعلم :

- ١ أسلوب المحاضرة.
- ٢ أساليب التفكير والحالات الدراسية .
- ٣ حلقات دراسية ومناقشات .

5 - أساليب تقييم الطلبة:

١	الامتحان الأول	التقييم	١٥%
٢	الامتحان الثاني	التقييم	١٠%
٣	المشاركة	التقييم	٥%
٤	الواجبات	التقييم	٥%
٥	الحضور والسلوك	التقييم	٥%

أ- جدول التقييم الزمني:

التقييم ١	الامتحان الأول	الأسبوع الرابع
التقييم ٢	الامتحان الثاني	الأسبوع الرابع عشر
التقييم ٣	الواجب	الأسبوع الثالث عشر

ب- النسبة المئوية لكل تقييم:

الأختبار الأول	١٥%
الأختبار الثاني	١٠%
اعمال الفصل الدراسي	٥%
الامتحان العملي	٥%
أنواع التقييم الأخرى	٥%
امتحان الفصل الدراسي الثاني	٦٠%
المجموع	١٠٠%

6- قائمة المراجع:

١. الكتب الدراسية :

* ادارة التسويق ... د. ثامر البكري الطبعة الرابعة

* مقالات وبحوث

* تقارير يوتيوب . مواقع انترنت

7- الإمكانيات المطلوبة للتعليم والتعلم:

أ- الأدوات والمعدات: شاشة LCD + حاسوب + سيورة مع مستلزماتها.

ب-قاعة مكيعة .

مدرس المقرر : م.م. أزهر نعمه

رئيس القسم: أ.د. سلام الشامي

التاريخ : / /