

مواصفات مقرر: ادارة تسويق

Republic of Yemen
Alandalus University
Quality Assurance Unit



الجمهورية اليمنية
جامعة الاندلس
للعلوم والتقنية
وحدة ضمان الجودة

كلية: العلوم الإدارية	توصيف مقرر: إدارة تسويق	قسم: الإدارة
-----------------------	-------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:					
1.	اسم المقرر:	إدارة تسويق			
2.	رمز المقرر ورقمه:				
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب
		3			الإجمالي
					3
4.	المستوى والفصل الدراسي:				
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	مبادئ تسويق			
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	-----			
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	إدارة الأعمال			
8.	لغة تدريس المقرر:	عربي			
9.	نظام الدراسة:	فصلي			
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:	نظري+تطبيقي			
11.	مكان تدريس المقرر:	الجامعة			
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	د. جبر عبد القوي السنباني			
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:				

ثانياً: وصف المقرر:
ثالثاً: مخرجات التعلم:
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:
<u>المعرفة والفهم</u>
A1: تعريف الطالب المكونات الأساسية لدراسات إدارة التسويق
A2: تعريف الطالب بأهمية التسويق ووظائف التسويق المختلفة
A3: المعرفة والفهم لكيفية ممارسة التسويق.
<u>المهارات الذهنية</u>
B1: تجميع البيانات وتحليلها واشتقاقها وتبويبها.
B2: استخدام البيانات في تقدير نواتج كل مرحلة من مراحل دراسته التسويق.

B3: تقييم جدوى المشاريع التسويقية.

المهارات العملية المهنية

C1: تقسيم الطلاب في فرق لإعداد الخطط التسويقية ووضع برامج للتسويق.

C2: حاجتهم للتواصل فيما بينهم ومع جهات حكومية وخاصة لجمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة يصقل قدرتهم على التعامل مع الآخرين.

C3: تنمية القدرات الإبداعية والابتكارية لمواكبة سوق العمل

المهارات العامة

D1: القدرة على التواصل الفعال، شفويًا وكتابيًا، مع الآخرين عبر وسائط التواصل المتاحة.

D2: القدرة على ممارسة التسويق في المنظمات العاملة

D3: القدرة على استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، خاصة الإنترنت، لجمع المعلومات، وفهمها، وتبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين.

رابعاً: موازنة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولاً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
A1: تعريف الطالب المكونات الأساسية لدراسات إدارة التسويق	من خلال التدريبات العملية	الاختبارات، الواجبات المنزلية
A2: تعريف الطالب بأهمية التسويق ووظائف التسويق المختلفة	المنفذة في قاعة الدرس بالإضافة إلى دراسات التسويقية التي يكلف الطلاب بإعدادها خلال الفصل الدراسي.	التطبيقية. عروض دراسات التسويق التي يقدمها الطلاب في الفصل. تقييم تقارير دراسات التسويق المقدمة من الطلاب.
A3: المعرفة والفهم لكيفية ممارسة التسويق.		

خامساً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
B1: تجميع البيانات وتحليلها واشتقاقها وتبويبها.	تدريبات عملية ينفذها الطلاب في قاعة الدرس	أداء الطلاب في حل مسائل تطبيقية في الاختبارات والواجبات المنزلية التطبيقية
B2: استخدام البيانات في تقدير نتائج كل مرحلة من مراحل دراسته التسويقية.	بالإضافة إلى واجبات منزلية تنمي مهارات الحساب الكمي المطلوب في المراحل المختلفة من مراحل دراسات الجدوى.	تقييم عروض وتقارير دراسة الجدوى المقدمة من قبل الطلاب.
B3: تقييم جدوى المشاريع التسويقية.		

سادساً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
C1: تقسيم الطلاب في فرق لإعداد	تدريبات عملية ينفذها الطلاب في قاعة الدرس	أداء الطلاب في حل مسائل تطبيقية في الاختبارات والواجبات المنزلية

التطبيقية تقييم عروض وتقارير دراسة التسويق المقدمة من قبل الطلاب.	بالإضافة إلى واجبات منزلية تنمي مهارات الحساب الكمي المطلوب في المراحل المختلفة من مراحل دراسات التسويق.	الخطط التسويقية ووضع برامج للتسويق. C2: حاجتهم للتواصل فيما بينهم ومع جهات حكومية وخاصة لجمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة يصقل قدرتهم على التعامل مع الآخرين. C3: تنمية القدرات الإبداعية والابتكارية لمواكبة سوق العمل
	تقسيم الطلاب إلى مجموعات حيث تقوم كل مجموعة بإعداد دراسة التسويق لمشروع معين ما يسهم في صقل وتنمية مهارات التسويق	

سابعاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
D1: القدرة على التواصل الفعال، شفويًا وكتابيًا، مع الآخرين عبر وسائط التواصل المتاحة. D2: القدرة على ممارسة التسويق في المنظمات العاملة D3: القدرة على استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، خاصة الإنترنت، لجمع المعلومات، وفهمها، وتبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين.	التأكيد على وجود مشاركة فاعلة من كل طالب في المجموعة من خلال تقسيم واضح ومحدد للمهام.	تقييم عمل الفريق ككل. وتقييم مدى إسهام كل عضو فيه من خلال مناقشة الأعضاء خلال العروض التي يقدمونها، مطالبة الطلاب بالبحث عن المعلومات التسويقية في المواقع الإلكترونية. الاستخدام المكثف لآلات الحاسبة وبرامج الحاسب الآلي ذات العلاقة.

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

وحدات /مواضيع محتوى المقرر					
أولاً: الجانب النظري والعملية					
الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	رموز مخرجات تعلم المقرر
1	الإدارة	مفهوم الإدارة خصائص الإدارة مهارات المدير اهداف الإدارة الوظائف الادارية	1	3	a1,a2, b3,c2, c3, d1,d3
2	التسويق	مفهوم التسويق تعريف التسويق مجالات التسويق	2	3	a1,a2, b5,c2, c3,

d1,d3			اهمية واهداف التسويقي المزيج التسويقي إدارة التسويق		
a1,a2, b,c2,c 3, d1,d3	3	1	تعريف التخطيط التسويقي أهمية التخطيط التسويقي مراحل التخطيط التسويقي الأهداف التسويقية	التخطيط التسويقي	3
a1,a2, b3,c2, c3, d1,d3	3	1	تعريف التنظيم التسويقي مبادي التنظيم التسويقي انواع التنظيم التسويقي الهيكل التنظيمي لإدارة التسويقي	التنظيم التسويقي	4
a1,a2, b5,c2, c3, d1,d3	3	1	تعريف التنسيق التسويقي اهمية التنسيق التسويقي انواع التنسيق التسويقي	التنسيق التسويقي	5
a1,a2, c2,c3, d1,d3	3	2	تعريف التوجيه التسويقي أهمية التوجيه أنواع السلطات العوامل المؤثرة على نجاح التوجيه الاتصال	التوجيه التسويقي	6
جميع مخرجات التعلم	3	1	-----	الامتحان النصفى	7
a1,a2, c2,c3, d1,d3	3	1	تعريف القيادة اهمية القيادة انواع القيادة انماط القيادة	القيادة التسويقية	8
a1,a2, b5,c2, c3, d1,d3	3	2	تعريف الرقابة أهمية الرقابة اهداف القيادة أنواع الرقابة	الرقابة التسويقية	9
a1,a2, c2,c3, d1,d3	3	1	مراجعة عامة	مراجعة عامة على المنهج	10
a1,a2, c2,c3, d1,d3	3	1	-----	الامتحان النهائي	11
إجمالي الأسابيع والساعات					

تاسعا: استراتيجيات التدريس:
محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية

مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التبعينات والتكليفات:				
الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	تكليف فردية	a1,a3,b3,c3,d1	3,6,10	5
2	تكاليف جماعية	a1,b1,b2,d3,c1	5,12,	5
3	التفاعل والمشاركة في القاعة	a1,a2,a4,b2,b3,c3, d1,d3	كل الأسابيع	5
4	استخدام العروض الإيضاحية	a1,a2, ,c2,c3, d1,d3	كل الأسابيع	5
5	واجبات منزلية	a1,b1,b2,d3,c1	كل الأسابيع	5

عاشرا: تقويم التعلم:					
الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الأنشطة والتكاليف	2	5	5%	a1,a3,b3,c3,d1
2	اختبارات قصيرة	4	5	5%	a1,b1,b2,d3,c1
3	اختبارات نصفية	7	20	20%	جميع المخرجات
4	مشاريع وأبحاث	11	10	10%	a1,a2,a4,b2,b3,c3, d1,d3
5	الاختبار النهائي	12	60	60%	جميع المخرجات
	الإجمالي:		100	100%	

الحادي عشر: مصادر التعلم:	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)	
محمد الصيرفي (2005م)، إدارة التسويق، القاهرة ، دار طيبة	
المراجع المساعدة	
جمال عبد الله محمد ، 2015، إدارة التسويق، دار المعتر	
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)	
1	
.	

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالاتي:	
1.	سياسة حضور الفعاليات التعليمية:

1.	يجب أن لا تقل نسبة الحضور عن 75% من عدد المحاضرات.
2.	إذا تجاوز غياب الطالب نسبة 25% بحرم من دخول الامتحان في المقرر.
3.	يسمح للغائب الذي تجاوز 25% إذا قدم عذر مقبول لدى إدارة الجامعة أستاذ المقرر.
2.	الحضور المتأخر : 1. يعذر الطالب المتأخر لمدة لا تقل عن ربع ساعة. 2. المتأخر أكثر من ربع ساعة ينذر وبعدها إذا تأخر يغيب المحاضرة كاملة.
3.	ضوابط الامتحان: 1. يعتبر الطالب غائب إذا لم يحضر في الوقت المحدد وعليه دخول امتحان الدور الثاني. 2. هل الطالب الحضور في الموعد المحدد للامتحان. 3. لا يسمح للطالب بالدخول إلى الامتحان بعد مضي نصف ساعة من الوقت الأصلي للامتحان. 4. لا تستلم التكاليف إلا في موعدها إلا إذا قدم المتأخر عذر مقنع على أن لا تكون فترة التأخر كبيرة.
4.	التعيينات والمشاريع: 1. تسلم التكاليف في المواعيد المحددة من قبل استاذ المقرر تحدد المواعيد بحسب طبيعة التكليف. 2. التقارير الأسبوعية التي يكلف بها الطلاب تسلم في الأسبوع الذي يليه. 3. إذا كان بحث مادة يسلم قبل نهاية الفصل بإسبوعين.
5.	الغش: 1. محاولة الغش حرمان مادة واحدة. 2. الشروع في الغش مادتين على الأقل. 3. عدم الانضباط وإثارة الفوضى أثناء الامتحان مادة واحدة.
6.	الانتحال: تكون العقوبة حرمان ثلاثة مواد.
7.	سياسات أخرى: يمنع استخدام التلغونات أثناء الامتحانات وينبه الطلاب إلى هذا الأمر مسبقاً.



توصيف المقرر:



I. معلومات عن مدرس المقرر:						
الاسم			د. جبر عبد القوي السنباري			الساعات المكتبية (3 / أسبوعيا)
المكان ورقم الهاتف			صنعاء – جولة دار سلم			الخميس
البريد الإلكتروني						الأربعاء
						الثلاثاء
						الاثنين
						الأحد
						السبت

II. معلومات عامة عن المقرر:							
1. اسم المقرر:		ادارى التسويق					
2. رمز المقرر ورقمه:							
المجموع	الساعات				3	الساعات المعتمدة للمقرر:	
	نظري	سمنار	عملي	تدريب			
4. المستوى والفصل الدراسي:		المستوي الثالث الفصل الثاني					
5. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):		مبادئ تسويق					
6. المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):		لايوجد					
7. البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:		برنامج إدارة الأعمال					
8. لغة تدريس المقرر:		العربية					
9. مكان تدريس المقرر:		جامعة الأندلس					

III. وصف المقرر الدراسي:	

IV. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر:	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

V. محتوى المقرر:				
الجانب النظري:				
الرقم	وحدات المقرر	المواضيع التفصيلية	الأسبوع	الساعات الفعلية
الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	الإدارة	مفهوم الإدارة خصائص الإدارة مهارات المدير اهداف الاداره الوظائف الادارية	2	3
2	التسويق	مفهوم التسويق تعريف التسويق مجالات التسويق اهمية واهداف التسويقي المزيج التسويقي إدارة التسويق	2	3
3	التخطيط التسويقي	تعريف التخطيط التسويقي أهمية التخطيط التسويقي مراحل التخطيط التسويقي الأهداف التسويقية	2	3
4	التنظيم التسويقي	تعريف التنظيم التسويقي مبادي التنظيم التسويقي انواع التنظيم التسويقي الهيكل التنظيمي لإدارة التسويقي	2	3
5	التنسيق التسويقي	تعريف التنسيق التسويقي اهمية التنسيق التسويقي انواع التنسيق التسويقي	2	3
6	التوجيه التسويقي	تعريف التوجيه التسويقي أهمية التوجيه أنواع السلطات العوامل المؤثرة على نجاح التوجيه الاتصال	2	3
7	الامتحان النصفى	-----	1	3
8	القيادة التسويقية	تعريف القيادة اهمية القيادة انواع القيادة انماط القيادة	2	3
9	الرقابة التسويقية	تعريف الرقابة أهمية الرقابة اهداف القيادة أنواع الرقابة	2	3
13	الامتحان النهائي	-----	1	3
إجمالي			14	36

				الأسابيع والساعات
--	--	--	--	----------------------

الجانب العملي:				
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي				
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعليّة	
	الإدارة	مفهوم الإدارة خصائص الإدارة مهارات المدير اهداف الاداره الوظائف الادارية	2	
	التسويق	مفهوم التسويق تعريف التسويق مجالات التسويق اهمية واهداف التسويقي المزيج التسويقي إدارة التسويق	2	
	التخطيط التسويقي	تعريف التخطيط التسويقي أهمية التخطيط التسويقي مراحل التخطيط التسويقي الأهداف التسويقية	2	
	التنظيم التسويقي	تعريف التنظيم التسويقي مبادي التنظيم التسويقي انواع التنظيم التسويقي الهيكل التنظيمي لادارة التسويقي	2	
	التنسيق التسويقي	تعريف التنسيق التسويقي اهمية التنسيق التسويقي انواع التنسيق التسويقي	2	
	التوجيه التسويقي	تعريف التوجيه التسويقي أهمية التوجيه أنواع السلطات العوامل المؤثرة على نجاح التوجيه الاتصال	2	
	الامتحان النصفى	-----	1	
	القيادة التسويقية	تعريف القيادة اهمية القيادة انواع القيادة انماط القيادة	2	
	الرقابة التسويقية	تعريف الرقابة أهمية الرقابة اهداف القيادة أنواع الرقابة	2	

1	-----	الامتحان النهائي	
14			
		إجمالي الأسابيع والساعات	

VI. استراتيجيات التدريس
محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية
مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التعيينات والتكاليف:				
الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	تكاليف فردية	a1,a3,b3,c3,d1	3,6,10	5
2	تكاليف جماعية	a1,b1,b2,d3,c1	5,12,	5
3	التفاعل والمشاركة في القاعة	a1,a2,a4,b2,b3,c3, d1,d3	كل الأسابيع	5
4	استخدام العروض الإيضاحية	a1,a2,b5,c2,c3, d1,d3	كل الأسابيع	5
5	واجبات منزلية	a1,b1,b2,d3,c1	كل الأسابيع	5

عاشرا: تقويم التعلم:					
الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الأنشطة والتكاليف	2	5	5%	a1,a3,b3,c3,d1
2	اختبارات قصيرة	4	5	5%	a1,b1,b2,d3,c1
3	اختبارات نصفية	7	20	20%	جميع المخرجات
4	مشاريع وأبحاث	11	10	10%	a1,a2,a4,b2,b3,c3, d1,d3
5	الاختبار النهائي	12	60	60%	جميع المخرجات
	الإجمالي:		100	100%	

الحادي عشر: مصادر التعلم:
(اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)
محمد الصيرفي (2005م)، إدارة التسويق، القاهرة، دار طيبة جمال عبد الله محمد، 2015، إدارة التسويق، دار المعتمد
المراجع المساعدة
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)
1- الموقع الإلكتروني للجامعة الأردنية. -المواقع العلمية المتخصصة في التسويق.

VII. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:
1. سياسة حضور الفعاليات التعليمية: 1. يجب أن لا تقل نسبة الحضور عن 75% من عدد المحاضرات. 2. إذا تجاوز غياب الطالب نسبة 25% بحرم من دخول الامتحان في المقرر. 3. يسمح للغائب الذي تجاوز 25% إذا قدم عذر مقبول لدى إدارة الجامعة أستاذ المقرر.
2. الحضور المتأخر : 1. يعذر الطالب المتأخر لمدة لا تقل عن ربع ساعة. 2. المتأخر أكثر من ربع ساعة ينذر وبعدها إذا تأخر يغيب المحاضرة كاملة.
3. ضوابط الامتحان: 1. يعتبر الطالب غائب إذا لم يحضر في الوقت المحدد وعليه دخول امتحان الدور الثاني. 2. هلى الطالب الحضور في الموعد المحدد للامتحان. 3. لا يسمح للطالب بالدخول إلى الامتحان بعد مضي نصف ساعة من الوقت الأصلي للامتحان. 4. لا تستلم التكاليف إلا في موعدها إلا إذا قدم المتأخر عذر مقنع على أن لا تكون فترة التأخر كبيرة.
4. التعيينات والمشاريع: 1. تسلم التكاليف في المواعيد المحددة من قبل استاذ المقرر تحدد المواعيد بحسب طبيعة التكليف. 2. التقارير الأسبوعية التي يكلف بها الطلاب تسلم في الأسبوع الذي يليه. 3. إذا كان بحث مادة يسلم قبل نهاية الفصل بأسبوعين.
5. الغش:

1. محاولة الغش حرمان مادة واحدة. 2. الشروع في الغش مادتين على الاقل. 3. عدم الانضباط وإثارة الفوضى أثناء الامتحان مادة واحدة.	
الانتحال: تكون العقوبة حرمان ثلاثة مواد.	6.
سياسات أخرى: يمنع استخدام التليفونات أثناء الامتحانات وينبه الطلاب إلى هذا الأمر مسبقاً.	7.