

Republic of Yemen



الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

مواصفات مقرر: نظم المعلومات التسويقية

صنعا 2016

الصفحة 1 من 11

كلية:	توصيف مقرر: نظم المعلومات التسويقية	قسم: التسويق
-------	-------------------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر: نظم المعلومات التسويقية					
1.	اسم المقرر:	نظم المعلومات التسويقية			
2.	رمز المقرر ورقمه:				
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب
		3			
4.	المستوى والفصل الدراسي:	الرابع – الفصل الاول			
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):				
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	مبادئ التسويق			
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج ادارة التسويق			
8.	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية			
9.	نظام الدراسة:	التعليم عن بعد			
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:				
11.	مكان تدريس المقرر:	الحرم الجامعي			
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	د. جبر عبد القوي السنباني			
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2016م			

ثانياً: وصف المقرر:	
يهدف هذا المقرر الى التعريف بنظم المعلومات التسويقية وبمكونات نظم المعلومات ويبرز دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية التي تعمل على حل المشكلات التسويقية وجمع البيانات والمعلومات الاساسية لمتخذي القرار التسويقي	
ثالثاً: مخرجات التعلم:	
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:	
A المعرفة والفهم	
1.	تعريف الطالب بأهمية دراسة عناصر نظم المعلومات التسويقية .
2.	تعريف الطالب بأهم مكونات نظم المعلومات التسويقية .
3.	- تعريف الطالب بدور نظم المعلومات التسويقية في التخطيط الاستراتيجي والتخطيط للأنشطة التسويقية .
4.	تعريف الطالب بدور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية
B المهارات الذهنية	
1.	. أن يفرق الطالب بين انواع قرارات نظم المعلومات

توصيف مقرر:

2. أن يدرك الطالب عناصر ومكونات وأنواع نظم المعلومات التسويقية .
- 3- . أن يدرك الطالب دور نظم المعلومات التسويقية في التخطيط الاستراتيجي ودورها في التخطيط للنشطة التسويقية

وكذلك دورها في صنع القرارات التسويقية

C المهارات العملية المهنية

1. القدرة على ممارسة نظام المعلومات التسويق في الشركات والمؤسسات
2. القدرة على جمع البيانات والمعلومات عن السوق والتي تهدف الى صنع القرار الانسب
3. الاهتمام بالتعرف على احتياجات العملاء ومواجهة المشكلات الادارية

D المهارات العامة

1. التواصل الشفهي والكتابي بشكلٍ فعّالٍ مع البيئة المحيطة.
2. التصرف بشكل أخلاقي والالتزام بالقيم الأخلاقية العالية على النطاق الشخصي والاجتماعي.
3. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة.

رابعاً: مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

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

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ul style="list-style-type: none"> • أن يفرق الطالب بين انواع قرارات نظم المعلومات • أن يدرك الطالب عناصر ومكونات وأنواع نظم المعلومات التسويقية . • أن يدرك الطالب دور نظم المعلومات التسويقية في التخطيط الاستراتيجي ودورها في التخطيط للنشطة التسويقية وكذلك دورها في صنع القرارات التسويقية 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات • المناقشة الجماعية • التمارين اثناء المحاضرات وحلها لمعرفة الطالب المتابع والفاهم من غيره. 	<ul style="list-style-type: none"> • اختبارات نظرية. • مشاركة. • واجبات/ حالات عملي • مشاريع تطبيقية.

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

مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1. القدرة على ممارسة نظام المعلومات التسويق في الشركات والمؤسسات 2. القدرة على جمع البيانات والمعلومات عن السوق والتي تهدف الى صنع القرار الانسب 3. الاهتمام بالتعرف على احتياجات العملاء ومواجهة 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات • التقارير المنزلية للطلاب • المناقشة الجماعية 	<ul style="list-style-type: none"> • اختبارات نظرية. • مشاركة. • واجبات/ حالات عملي • مشاريع تطبيقية

		المشكلات الادارية
--	--	-------------------

سادسا: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> القدرة على ممارسة نظام المعلومات التسويق في الشركات والمؤسسات القدرة على جمع البيانات والمعلومات عن السوق والتي تهدف الى صنع القرار الانسب الاهتمام بالتعرف على احتياجات العملاء ومواجهة المشكلات الادارية 	<p>المحاضرات المناقشة الجماعية البروجكتر</p>	<p>اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية</p>

سابعا: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر/ العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> التواصل الشفهي والكتابي بشكل فعال مع البيئة المحيطة. التصرف بشكل أخلاقي والالتزام بالقيم الأخلاقية العالية على النطاق الشخصي والاجتماعي. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة. 	<p>المناقشة الجماعية الابحاث بروجكتر محاضرات</p>	<p>اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية</p>

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

المرقم	الوحدات	المواضيع الفرعية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	المخرجات
1	نظم المعلومات التسويقية	مفهوم نظام المعلومات علاقة نظام المعلومات مع الانظمة الاخرى	1	3	A1,A2A3.,B1 ,B2.B3C1.C2. C3D1.D2.
2	عناصر نظم المعلومات مكونات نظم المعلومات	نظام البحوث التسويقية نظام الاستخبارات التسويقي	1	3	A1,A2.,B1,B 2.B3C1.C2. .C3D1.D2
3	انواع المعلومات التسويقية ومصادرها	انواع المعلومات التسويقية مصادر المعلومات التسويقية تحليل حاجات المستفيدين	1	3	A1,A2A3.,B 1,B2.B3 C1.C2.C3D
4	دور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرار	دور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية الاستراتيجية دور نظم المعلومات في صنع قرارات المزيج التسويقي	1	3	A1,A2A3.,B 1,B2.B3C1. C2.C3.D1.D .2.D3

توصيف مقرر:

			دور نظم المعلومات في صنع القرارات في دورة حياة المنتج	
A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3.D1.D2.D3	3	1	مفهوم نظام دعم القرارات التسويقي وخصائصها مكونات نظام دعم القرارات التسويقية ومراحل تصميمها دور نظم المعلومات في صنع القرار	نظام دعم القرارات التسويقية
	15	5	إجمالي الأسابيع والساعات	

تاسعا: استراتيجيات التدريس:

محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية
مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التقييمات والتكليفات:

الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	جميع المخرجات	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	التكاليف	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
2	الأنشطة	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
3	الاختبار النصفى	الأسبوع 3	20	20%	جميع المخرجات
4	الاختبار النهائي	الأسبوع الأخير	60	60%	جميع المخرجات
	المجموع		100	100%	

الحادي عشر: مصادر التعلم:

المرجع الرئيس
تيسير العجرامة وآخرون، نظام المعلومات التسويقية ، عمان ، دار الحامد :2002
المراجع المساعدة
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)
1- المجالات والدوريات والمواقع الإلكترونية.

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:
الحضور والغياب: تحدها لائحة شؤون الطلاب
الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.
ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
سياسات أخرى: تحدها لائحة شؤون الطلاب

خطة مقرر: اءارة نظم المعلوماء الاسويقية

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

II. معلومات عامة عن المقرر:						
ادارة نظم المعلومات التسويقية			1. اسم المقرر:			
			2. رمز المقرر ورقمه:			
المجموع	الساعات				3. الساعات المعتمدة للمقرر:	
	تدريب	عملي	سمنار	نظري		
3				3	4. المستوى والفصل الدراسي:	
المستوى الرابع الفصل الثاني			5. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):			
لا يوجد			6. المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):			
بكالوريوس تسويق			7. البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:			
قاعات قسم التسويق			8. لغة تدريس المقرر:			
د. جبر عبد القوي السنباني			9. مكان تدريس المقرر:			

ثانيا: وصف المقرر:
يهدف هذا المقرر الى التعريف بنظم المعلومات التسويقية ويعناصر ومكونات نظم المعلومات ويبرز دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية التي تعمل على حل المشكلات التسويقية وجمع البيانات والمعلومات الاساسية لمتخذي القرار التسويقي
اهداف المقرر
يهدف المقرر إلى :
1. تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لنظم المعلومات التسويقية .
2. تعريف الطالب بعناصر نظم المعلومات التسويقية .
3. أن يفهم الطالب المستلزمات اللازمة لنظام المعلومات التسويقية .
4. تعريف الطالب بمكونات نظم المعلومات التسويقية .
5. أن يفرق الطالب بين أنواع نظم المعلومات التسويقية .
6. تعريف الطالب بدور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية .
7. تعريف الطالب بنظم دعم القرارات التسويقية .
8. أن يتعرف الطالب على خصوصية البيانات التسويقية .

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

الرقم	الوحدات	المواضيع الفرعية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	نظم المعلومات التسويقية	مفهوم نظام المعلومات علاقة نظام المعلومات مع الانظمة الاخرى	1	3
	عناصر نظم المعلومات مكونات نظم المعلومات	نظام البحوث التسويقية نظام الاستخبارات التسويقي	1	3
3	انواع المعلومات التسويقي ومصادرها	انواع المعلومات التسويقي مصادر المعلومات التسويقي تحليل حاجات المستفيدين	1	3
4	دور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرار	دور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية الاستراتيجية دور نظم المعلومات في صنع قرارات المزيج التسويقي دور نظم المعلومات في صنع القرارات في دورة حياة المنتج	1	3
	نظام دعم القرارات التسويقية	مفهوم نظام دعم القرارات التسويقي وخصائصها مكونات نظام دعم القرارات التسويقية ومراحل تصميمها دور نظم المعلومات في صنع القرار	1	3
		إجمالي الأسابيع والساعات	5	15

III. استراتيجية التدريس

المحاضرة، حل المشكلات، المجموعات، المناقشة، التدريبات، التطبيق العملي، الأبحاث والمشاريع، مناقشة جماعية، تكاليف فردية وجماعية

IV. التكاليفات / المهام:

الرقم	التكليف/النشاط	الأسبوع	الدرجة (إن وجدت)
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

V. تقويم التعلم:

الجانب العملي:

كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي

الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	لا يوجد		
2			
3			
4			
5			
إجمالي الأسابيع والساعات			

الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي
1.	تدريبات الوحدات (1-)	نهاية كل وحدة	10	10%
2.	تدريبات الوحدات	جميع الأسابيع	10	10%
	الانشطة	الأسبوع 5	20	20%
	جميع الوحدات	في الامتحانات	60	60%
المجموع				

VI. مصادر التعلم:
1. <u>المراجع الرئيسية:</u> تيسير العجارمة وآخرون، نظام المعلومات التسويقية ، عمان ، دار الحامد :2002
2. المراجع المساعدة:
3. مواد إلكترونية وإنترنت المجلات العملية والدوريات والمواقع الإلكترونية

تاسعا: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:
الحضور والغياب: تحدها لائحة شؤون الطلاب
الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.
ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
سياسات أخرى: تحدها لائحة شؤون الطلاب