

Republic of Yemen



الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

مواصفات مقرر: الترويج التجاري

صنعا 2016

الصفحة 1 من 10

كلية: العلوم الادائية	توصيف مقرر: الترويج التجاري	قسم: التسويق
-----------------------	-----------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:				
1.	اسم المقرر:	الترويج التجاري		
2.	رمز المقرر ورقمه:			
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي
		3		
		الإجمالي	تدريب	3
4.	المستوى والفصل الدراسي:	الثالث – 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:
يستعرض هذا المقرر عناصر المزيج الترويجي من منظور متكامل. تتيح هذه المعرفة للطلاب القدرة على البحث وتقييم الموقف التسويقي والترويجي للشركة واستخدام تلك المعلومات في إعداد استراتيجيات وبرامج اتصال فعالة.
ثالثاً: مخرجات التعلم:
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:
A المعرفة والفهم
1- تحديد حقيقة مفهوم الترويج التجاري.
2- فهم تقييم السوق وتحديد المكانة السوقية.
3- التعريف بالمزيج الترويجي وعناصره الاساسية
B المهارات الذهنية
1- ان يقارن الطالب بين عناصر المزيج الترويجي
2- ان يقارن بين انواع الاعلان
3- ان يستنتج الطالب الطريقة الانسب لعملية الترويج

C المهارات العملية المهنية

1. مناقشة وتطبيق مفاهيم تقييم السوق وتحديد المكانة السوقية.
2. إعداد الخطة الترويجية.
3. فهم وتطبيق الخطة الإعلامية والموازنة ، بما في ذلك مصادر وتكاليف عناصر الخطة.

D المهارات العامة

- 1- استثمار معرفته في المعلومات في التطبيق العملي والاتصال مع المعين في العمل التسويقي .
- 2- ربط المعرفة النظرية بممارسات عملية في الواقع المحلي والاقليمي
- 3- تحسين الصورة العملية في الميدان الواقعي

رابعاً: مواعاة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

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

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1. تحديد حقيقة مفهوم الترويج التجاري. 2. فهم تقييم السوق وتحديد المكانة السوقية. 3. التعريف بالمزيج الترويجي وعناصره الأساسية 	<ul style="list-style-type: none"> -المحاضرة الدراسية. تقديم المحاضرات عن طريق الشرح من خلال عرض على برنامج بوربوينت، مع تقديم أمثلة مباشرة من السوق -الحوار العلمي. -التعلم الذاتي 	<ul style="list-style-type: none"> اختبارات نظرية. مشاركة واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية.

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

مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1. ان يقارن الطالب بين عناصر المزيج الترويجي 2. ان يقارن بين انواع الاعلان 3. ان يستنتج الطالب الطريقة الانسب لعملية الترويج 	<ol style="list-style-type: none"> 1-المحاضرة التقليدية 2-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت. 3-الحوار المتبادل. 4-المواقف الحوارية. 5-إطلاع الطلاب على نماذج مختارة من عمل شركات الاعمال المتميزة في اليمن ذات النشاطات الدولية 	<ol style="list-style-type: none"> 1-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة. 2-الاختبارات التحريرية والشفهية. 3-المواقف العملية (توظيف ما حصله الطالب في المناشط الكلامية ، والكتابية 4-التقويم الذاتي من قبل الطالب (استبانات)

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

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1. مناقشة وتطبيق مفاهيم تقييم السوق وتحديد المكانة السوقية. 	<ol style="list-style-type: none"> 1-المحاضرة التقليدية 2-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت . 3-الحوار المتبادل . 	<ol style="list-style-type: none"> 1-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة . 2-الاختبارات التحريرية والشفهية . 3-المواقف العملية (توظيف ما

توصيف مقرر:

2. إعداد الخطة الترويجية.	4-المواقف الحوارية.	حصله الطالب في المناشط الكلامية ، والكتابية
3. فهم وتطبيق الخطة الإعلامية والموازنة ، بما في ذلك مصادر وتكاليف عناصر الخطة.	5-إطلاع الطلاب على نماذج مختارة من عمل شركات الاعمال المتميزة في اليمن ذات النشاطات الدولية	4-التقويم الذاتي من قبل الطالب (استبانات).
سابعا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:		
مخرجات المقرر/ العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
1- استثمار معرفته في المعلومات في التطبيق العملي والاتصال مع المعينين في العمل التسويقي. 2- ربط المعرفة النظرية بممارسات عملية في الواقع المحلي والاقليمي 3- تحسين الصورة العملية في الميدان الواقعي.	1-المحاضرة التقليدية 2-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت . 3-الحوار المتبادل . 4-المواقف الحوارية. 5-إطلاع الطلاب على نماذج مختارة من عمل شركات الاعمال المتميزة في اليمن ذات النشاطات الدولية	1-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة . 2-الاختبارات التحريرية والشفهية . 3-المواقف العملية (توظيف ما حصله الطالب في المناشط الكلامية ، والكتابية 4-التقويم الذاتي من قبل الطالب (استبانات).

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

الرقم	المواضيع	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	المخرجات
1	مفهوم الترويج التجاري مفهوم الاتصالات التسويقية	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D1.D2.
2	الاتصالات التسويقية المتكاملة التخطيط للاتصالات التسويقية والترويج	1	3	A1,A2.,B1,B2.B3C1.C2.C3D1.D2
3	الاخلاق والاتصالات التسويقية الترويج وسلوك المستهلك	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D
4	الاعلان ترويج المبيعات تنشيط المبيعات	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3.D1.D2.D3
5	العلاقات العامة الموازنة الترويجية	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3.D1.D2.D3
إجمالي الأسابيع والساعات		5	15	

تاسعا: استراتيجيات التدريس:

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

I. التعينات 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

الترويج (المفاهيم الاستراتيجية العملية) النظرية والتطبيق، عصام الدين ابو علفة، القاهرة مؤسسة طيبة للنشر، 2002م
المراجع المساعدة

مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)

- 1- المجالات والدوريات والمواقع الإلكترونية.
- 2- محركات البحث العلمية المختلفة
- 3- المكتبة الرقمية
- 4- صحفية الاقتصاد الإلكتروني.
- 5- المكتبة الشاملة

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:
الحضور والغياب: تحدد لها 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 التكاليف 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: تحدد لها لائحة شؤون الطلاب

خطة مقرر: الترويج التجاري

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

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

ثانيا: وصف المقرر:	
يستعرض هذا المقرر عناصر المزيج الترويجي من منظور متكامل. تتيح هذه المعرفة للطلاب القدرة على البحث وتقييم الموقف التسويقي والترويجي للشركة واستخدام تلك المعلومات في إعداد استراتيجيات وبرامج اتصال فعالة	
اهداف المقرر	
يهدف المقرر إلى :	
1. التعرف على الدور الهام الذي يلعبه الترويج التجاري في الشركات والمؤسسات.	
2. تزويد الطلاب بفهم أعمق للأساليب ، المبادئ ، المصطلحات المتعلقة بالترويج التجاري.	
3. تعلم كيفية تحقيق التكامل بين عناصر المزيج التسويقي (مثل الإعلان ، تنشيط المبيعات والعلاقات العامة) في شكل برنامج اتصال فعال.	
4. فهم القضايا الاجتماعية ، القانونية ، الأخلاقية المرتبطة بممارسات الترويج التجاري.	
5. تحسين مهارات الاتصال الشفوي والمكتوب والتي تظهر تفكير انتقادي أفضل.	

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.				
المخرجات	الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المواضيع المقررة	الرقم
A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D1.D2.	3	1	مفهوم الترويج التجاري مفهوم الاتصالات التسويقية	1
A1,A2.,B1,B2.B3C1.C2.C3D1.D2	3	1	الاتصالات التسويقية المتكاملة التخطيط للاتصالات التسويقية والترويج	2
A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D	3	1	الاخلاق والاتصالات التسويقية الترويج وسلوك المستهلك	3
A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3.D1.D2.D3	3	1	الاعلان ترويج المبيعات تنشيط المبيعات	4
A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3.D1.D2.D3	3	1	العلاقات العامة الموازنة الترويجية	5
	15	5	إجمالي الأسابيع والساعات	

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:				
الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي
1.	جميع الوحدات	نهاية كل وحدة	10	10%
2.	جميع الوحدات	جميع الأسابيع	10	10%

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				
	الوحدات التي تم تدريسها	الاختبار النصفى	20	20%
3	جميع الوحدات	في الامتحانات	60	60%
المجموع				

VI. مصادر التعلم:	
1. <u>المراجع الرئيسية:</u> الترويج (المفاهيم الاستراتيجية العمليات) النظرية والتطبيق، عصام الدين ابو علفة، القاهرة ، مؤسسة طيبة للنشر، 2002م	
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 اذا تكرر حضوره المتأخر اكثر 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	