

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

الأساليب الكمية في التسويق 1 Méthodes Quantitatives en Marketing

الميدان: العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية (D06).
الشعبة: العلوم التجارية
التخصص: تسويق
المستوى: ماستر 2
السنة الجامعية: 2025 / 2026
السداسي: الأول S3

التعرف على المادة التعليمية

العنوان: التسويق في المؤسسات غير الربحية
وحدة التعليم: أساسية
عدد الأرصة: 06
المعامل: 03
الحجم الساعي الأسبوعي: ثلاث ساعات
المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع): ساعة ونصف
أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع): ساعة ونصف
أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع): /

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة: د.بن عيدة إيمان، أستاذ محاضر (ب)
تحديد موقع المكتب (مدخل، مكتب): 43

البريد الإلكتروني: i_benaida@yahoo.com

رقم الهاتف : 0664.70.57.80

توقيت الدرس ومكانه: الثلاثاء من 13:30 - 15:00 القاعة 29

الثلاثاء من 15:00 - 16:30 القاعة 29

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis):

يكون الطالب على دراية مسبقة من: أساسيات التسويق 1 و 2؛ مدخل تسويق الخدمات.

الهدف العام للمادة التعليمية:

تمكين الطالب من التسويق في المؤسسات غير هادفة للربح، والانتقال من التسويق الربحي نحو تسويق ذا طابع إجتماعي واخلاقي وإنساني.

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها):

- ✓ أن يتعرف الطالب على المؤسسات غير الربحية.
- ✓ التعرف على أساسيات التسويق الغير هادف للربح؛
- ✓ تزويد الطالب من المهارات والتقنيات المستخدمة في التسويق للمؤسسات غير الربحية؛
- ✓ تعريف الطالب من مجالات تطبيق التسويق الغير ربحي؛
- ✓ تعريف الطالب أوجه إنسانية وإجتماعي للتسويق الحديث؛
- ✓ تمكين الطالب من تسويق للمؤسسات غير الربحية.

محتوى المادة التعليمية

المحور الأول	مقدمة في مفهوم التسويق في المؤسسات غير الربحية.
المحور الثاني	التخطيط التسويقي الاستراتيجي للمؤسسات غير الربحية.
المحور الثالث	الاستراتيجية التسويقية: المنتج والتوزيع.
المحور الرابع	الاستراتيجية التسويقية: السعر والترويج.
المحور الخامس	بحوث التسويق في المؤسسات غير الربحية.
المحور السادس	التسويق الاجتماعي: تسويق الأفكار.
المحور السابع	التسويق للتبرعات والعمل الطوعي.
المحور الثامن	تسويق التعليم.
المحور التاسع	تسويق الرعاية الصحية.
المحور العاشر	تسويق الفنون والرياضة.
المحور الحادي عشر	التسويق المرتبط بالقضايا.

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
الامتحان النهائي	20	%60
الامتحان الجزئي	5	%25
المشاركة	2	%10
أعمال موجهة (بحوث: دراسة حالة)	9	%35
المشروع الفردي Fiche TD	1	%5
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	/	/
استجابات (Quizz)	/	/
المواظبة (الحضور / الغياب)	3	%15
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع		100 %

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به:

Marketing for non-profit organizations	Philip Kotler	Journal of marketing, 1975.
--	---------------	-----------------------------

مراجع الدعم الإضافية:

Marketing of non-profit organization	Lejla Rasic	Assignment of diploma thesis, 2017.
إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية (مترجم)	أدريان سارجنت.	مركز بناء الطاقات، السعودية، 2015.
Pat Knowles and Roger Gomes, Nonprofit marketing: Marketing management for charitable and nongovernmental.	Wymer Walter.	Sage Publications, 2006.

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول	مقدمة في مفهوم التسويق في المؤسسات غير الربحية	/
الأسبوع الثاني	التخطيط التسويقي الاستراتيجي للمؤسسات غير الربحية	/
الأسبوع الثالث	الاستراتيجية التسويقية: المنتج والتوزيع	/
الأسبوع الرابع	الاستراتيجية التسويقية: السعر والترويج	/
الأسبوع الخامس	بحوث التسويق في المؤسسات غير الربحية	/
الأسبوع السادس	التسويق الاجتماعي: تسويق الأفكار	/
الأسبوع السابع	التسويق للتبرعات والعمل الطوعي	/
الأسبوع الثامن	تسويق التعليم	/
الأسبوع التاسع	تسويق الرعاية الصحية	/
الأسبوع العاشر	تسويق الفنون والرياضة	/
الأسبوع الحادي عشر	التسويق المرتبط بالقضايا	/
الأسبوع الثاني عشر	امتحان جزئي	
الأسبوع الثالث عشر	امتحان نهائي. (تحده الإدارة)	/

أستاذة الأعمال الموجهة :

د. درناني إيمان

الأستاذة (ة) المحاضر(ة):

د. بن عيدة إيمان



نحن الطلبة من السنة الثانية ماستر شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مقياس "التسويق في المؤسسات غير الربحية" وعلى كيفية التقييم، وفيما يلي إمضاءاتنا على ذلك: (يرجى كتابة اسم ولقب الطالب مع الإمضاء).

Université Badji-Mokhtar. Annaba
قسم العلوم المالية

جامعة باجي مختار - عنابة
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

نحن الطلبة من السنة الثانية ماستر شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مقياس "التسويق في المؤسسات غير الربحية" وعلى كيفية التقييم، وفيما يلي إمضاءاتنا على ذلك: (يرجى كتابة اسم ولقب الطالب مع الإمضاء).

الاسم واللقب	الإمضاء
1. أمكرح حماني	
2- تحول بسمت نهال	
3- بنت عبد المجيد مرام	
4- عرواح روضة رومان	
5- ساسان فريال	
6- رمضان روضة	
7- عرواح سوسن نريمان	
8- قداري نكرام	
9- عواصي واهي	
10- براهيم الحرام	
11- بن سارة لينا	
12- باجحي ياسمين	
13- نور بولنت	
14- عرواح زينة	
15- شابي أمالة	
16- خرازي محمد علي	
17- بوجراه عبد الحفيظ	
18- فركوس إبراهيم عبد الرحمن	
19- رمضان روضة	

5 19

Université Badji-Mokhtar. Annaba
قسم العلوم المالية

جامعة باجي مختار - عنابة
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

نحن الطلبة من السنة الثانية ماستر شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مقياس "التسويق في المؤسسات غير الربحية" وعلى كيفية التقييم، وفيما يلي امضاءاتنا على ذلك: (يرجى كتابة اسم ولقب الطالب مع الإمضاء).

الاسم واللقب

1- أكرح حواشي

2- تحول سميت نهال

3- بن عبد الله مرام

ماستر عروسة رومان

5- ساسان فريال

6- رمضان رخصة

4- عروار سوسن نريمان

8- فزاري اكرام

10- حواشي رامي

الامضاء

