

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 سياحي وفندقي
المستوى: ماستر 1
السنة الجامعية: 2025 / 2026
السداسي: الأول S1

التعرف على المادة التعليمية

العنوان: الأساليب الكمية في التسويق 1
وحدة التعليم: المنهجية
عدد الأرصة: 05
المعامل: 02
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: الأربعاء من 08:00 - 09:30 القاعة 109
الأربعاء من 09:30 - 11:00 القاعة 1LMD

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis):

يكون الطالب على دراية مسبقة من: أساسيات التسويق؛ الإحصاء؛ الرياضيات؛ بحوث التسويق.

الهدف العام للمادة التعليمية:

تمكين الطالب من تحويل المتغيرات النوعية في التسويق إلى متغيرات كمية يمكن قياسها وتقييم مدى نجاعتها.

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها):

- ✓ أن يتعرف الطالب على الأساليب الكمية وأنواعها.
- ✓ أن يكون الطالب قادر على التنبؤ بالمبيعات المنتجات الجديدة.
- ✓ تمكين الطالب من التخطيط لبرنامج تسويقي بأساليب كمية.
- ✓ تمكين الطالب من تحليل الصراع في السوق بواسطة نظرية الألعاب.
- ✓ تمكين الطالب من تسويق الخدمة بأساليب كمية.
- ✓ تحكم الطالب في نماذج النقل والتوزيع.
- ✓ تمكين الطالب من تحليل التسويق الرقمي.

محتوى المادة التعليمية

مدخل للمنهج الكمي في التسويق.	المحور الأول
التنبؤ بمبيعات المنتجات الجديدة.	المحور الثاني
التخطيط لبرنامج تسويقي: المسار الحرج.	المحور الثالث
تحليل الصراع في السوق: نظرية الألعاب.	المحور الرابع
تسويق الخدمة: نظرية خطوط الانتظار.	المحور الخامس
تحليل قناة التوزيع: نماذج النقل والتوزيع.	المحور السادس
تحليل التسويق الرقمي.	المحور السابع

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
الامتحان النهائي	20	60%
الامتحان الجزئي	5	25%
المشاركة	2	10%
أعمال موجهة (تمارين تطبيقية)	7	35%
المشروع الفردي	/	/
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	3	15%
استجابات (Quizz)	/	/
المواظبة (الحضور / الغياب)	3	15%
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع		100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به:

Marketing : une approche qualitative	Alexandre Steyer, Amélie Clauzel, Pascale Quester.	COLLECTION Sythex, 2005.
--------------------------------------	--	--------------------------

مراجع الدعم الإضافية:

الأساليب الكمية في التسويق.	حميد عبد النبي الطائي.	اليازوري، 2020.
Theory of Games and Economic Behavior.	John von Neumann and Oskar Morgenstern.	2007.
Digital Marketing Analytics, Second Edition.	Chuck Hemann and Ken Burbary	Jeremiah Owyang, 2023.
الأساليب الكمية التطبيقية في إدارة الأعمال.	عبد الحميد عبد المجيد البلداوي	دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
الأساليب الكمية في التسويق.	محمود الصميدعي، ردينة عثمان يوسف.	دار المناهج للنشر، عمان، 2006.

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول	مفاهيم نظرية للأساليب الكمية في التسويق.	/
الأسبوع الثاني	المنهج الكمي لدراسة المشاكل التسويقية.	/
الأسبوع الثالث	التنبؤ بمبيعات المنتجات الجديدة: مدخل للتنبؤ، التنبؤ بحجم المبيعات، الأساليب النوعية.	/
الأسبوع الرابع	التنبؤ بمبيعات المنتجات الجديدة: الأساليب الكمية.	/
الأسبوع الخامس	التخطيط لبرنامج تسويقي: المسار الحرج.	/
الأسبوع السادس	تحليل الصراع في السوق: نظرية الألعاب.	/
الأسبوع السابع	تسويق الخدمة: نظرية خطوط الانتظار.	/
الأسبوع الثامن	تحليل قناة التوزيع: نماذج التوزيع.	/
الأسبوع التاسع	تحليل قناة التوزيع: نماذج النقل.	/
الأسبوع العاشر	تحليل التسويق الرقمي.	/
الأسبوع الحادي عشر	امتحان جزئي	/
الأسبوع الثاني عشر	امتحان نهائي. (تحدده الإدارة)	/

الأستاذ(ة) المحاضر(ة):

د. بن عيدة إيمان



أستاذ(ة) الأعمال الموجهة:

د. سي يحي سميرة

نحن الطلبة من السنة الأولى ماستر شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق سياحي وفندقي، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مقياس "الأساليب الكمية في التسويق 1" وعلى كيفية التقييم، وفيما يلي إمضاءاتنا على ذلك: (يرجى كتابة إسم 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 الأولى ماستر شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق سياحي وفندقي، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مقياس "الأساليب الكمية في التسويق 1" وعلى كيفية التقييم، وفيما يلي إمضاءاتنا على ذلك: (يرجى كتابة إسم ولقب الطالب مع الإمضاء).

كسو سا	حنى	مسلم
كيتشي	اسراء	4/4
خماس	لينة زبي	بالت
جربي	نشوى	سليم
العماس	مصعب	Sagor
صارى	المادق	Slek
لشكة	أحمد نكي الدين	سعيد
عمامو أنيسي		Al
بن خليف أيوب		Al
بوصوف صوفيا		Sam
خاسم كنزة		بن