

منهاج المادة التعليمية² : SYLLABUS

أساسيات التسويق 2

الميدان : العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير(D06) السنة الثانية : ليسانس

الفرع : علوم تجارية

السنة الجامعية : 2025 /2024

السداسي :الرابع

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : أساسيات التسويق 2

وحدة التعليم : الأساسية

عدد الأرصدة : 04 المعامل : 02

الحجم الساعي الأسبوعي : 2.5 سا

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.5 سا

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1 سا

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : /

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : عفاف بلعرج ، أستاذة محاضرة-ب-

البريد الإلكتروني : afef_belaaredj@yahoo.fr

توقيت الدرس ومكانه : المحاضرة يوم الأربعاء على الساعة 11.00 سا - 12.30 سا المدرج 9
الأعمال الموجهة: يوم الأربعاء على الساعة 9.30 سا ،القاعة7 ترجمة،الفوج 7

وصف المادة التعليمية

المكتسبات: بعد ماكان الطالب قد درس مادة أساسيات التسويق 1 في السداسي الثالث من السنة الثانية علوم تجارية وملم بجزء من أساسيات التسويق خاصة ما تعلق بالتسويق وبيئة التسويق وأسواق المستهلكين وأسواق الأعمال وتقسيمها واستهدافها والمنتجات.

الهدف العام للمادة التعليمية:

تهدف التعريف بالمفاهيم الأساسية للتسويق والتطبيقات المختلفة المرتبطة به كأحد الوظائف الهامة في المؤسسة بما يشكل الإطار المفاهيمي لممارسة التسويق العلمي ومجالات تطبيقه العلمي.

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها) :

- معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق ومراحل تطوره.
- معرفة عناصر المزيج التسويقي وأهميته في نجاح المنظمة.

- معرفة قرارات التسعير والتوزيع وسلسلة توريد القيمة.
- معرفة عناصر المزيج الترويجي والتوجه التكنولوجي في ممارسة التسويق.

محتوى المادة التعليمية

- المحور الأول: إدارة العلامة التجارية
- المحور الثاني: التعبئة والتغليف وخصائص المنتج
- المحور الثالث: قرارات التسعير
- المحور الرابع: قرارات التوزيع
- المحور الخامس: قنوات التوزيع وإدارة سلاسل العرض
- المحور السادس: المزيج الترويجي
- المحور السابع: الإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والعلاقات العامة
- المحور الثامن: التسويق المباشر والدعاية والنشر والمعارض
- المحور التاسع: التسويق الإلكتروني
- المحور العاشر: التسويق الدولي والعالمي
- المحور الحادي عشر: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق

طرق التقييم

الوزن النسبي للتقييم	العلامة	طبيعة الامتحان
60%	20	امتحان
40%	5	امتحان جزئي (استجاب Quiz)
	-	أعمال موجهة (البحث):
	-	أعمال تطبيقية
	7	المشروع الفردي
	-	الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
	-	خرجات ميدانية
	6	المواظبة (الحضور / الغياب)
	2	عناصر أخرى (المشاركة)
100%	20	المجموع

المصادر والمراجع

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
أساسيات التسويق	فيليب كوتلر	دار الفكر المريخ للنشر الجامعي، الرياض، 2007

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق	زكريا عزام وآخرون	دار المسيرة للنشر والتوزيع
مبادئ التسويق	محمد صالح المؤذن	.

المخطط الزمني المرتقب

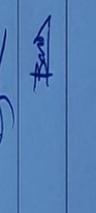
المحاضرات
- سياسة المنتج
- التعبئة والتغليف
- إدارة العلامة التجارية
- قرارات التسعير
- قرارات التوزيع
- قنوات التوزيع وإدارة سلاسل العرض
- المزيج الترويجي
- الإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والعلاقات العامة
- التسويق المباشر والدعاية والنشر والمعارض
- التسويق الإلكتروني

التسويق الدولي
المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق


الأستاذ المحاضر: د. بلعرج عفاف

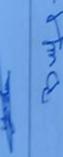
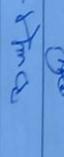
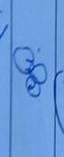
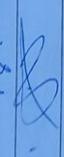
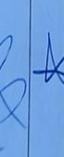
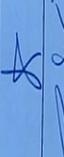
أستاذ الأعمال الموجهة: د بورناز حياة

الفوج 7

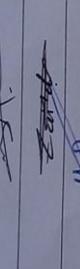
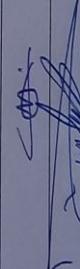
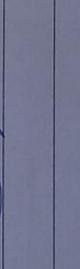
الإيضاح	الاسم واللقب
	كرويس محمد وسيم
	نوفل محمد مكي
	جوسفار بسند سا
	زرديا أنفال
	بوعلماء كوتر
	بالجزيرة باسراس
	Khensouf Mohamed Amine
	طخيل في احمد
	هجرسي اكرم
	حمودي محمد زيات
	مرار سريبي
	توعل كرام
	بوصلم رزي
	بوجدات ديم

الفوج 7

الفوج 9

الإمضاء	الاسم واللقب
	خزاري مامر
	رامس حيي حيم الدين
	أوفيف أمامة يقيمت
	أوفيف بي ييجا
	أوفيف بورتو في ندمي الأزهري
	أوفيف محمد أنيس
	زياء ديمس جدير
	بوسوف صيليا
	بوسوف فاطمة ديات
	بوسوف نذير نور الهدى
	بوسوف صادق أمينا
	بوسوف فصي
	بوسوف آدم موفيا
	بوسوف منة
	بوسوف أنفال
	بوسوف صهان

الفوج 10

الإمضاء	الاسم واللقب
	رياعنيا لانس
	سبحان ديان
	لما تلي انص
	بوطيت بلال
	نوار و جدران
	زيد محمد نور العدي
	اسلام مدمتوري
	سلطاني محمد نجيب
	سمايم عبد الرحيم
	لخواسا محمد
	سحاري ريان
	رضائي اناس
	مصمدي آلفت
	مرح فولة
	طاجين مراه رنا