

Syllabus المادة التعليمية دليل			
اسم المادة: تسويق			
الميدان	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير	الفرع	العلوم الاقتصادية
التخصص	تسويق	المستوى	سنة ثالثة
السداسي	السادس	السنة الجامعية	2025/2024
التعرف على المادة التعليمية			
اسم المادة	تسويق	وحدة التعليم	أساسية
عدد الأرصدة	05	المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي	03 ساعة	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	1,5 ساعة
أعمال م/تط (عدد الساعات في الأسبوع)	/	أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	1.5 ساعة
مسؤول المادة التعليمية			
الاسم، اللقب	باحمد عبد الغاني	الرتبة	استاذ محاضر - ب
تحديد موقع المكتب		البريد الالكتروني	bahmedabdelghani@gmail.com
رقم الهاتف		توقيت الدرس ومكانه	الأحد 14:00 إلى 15:30 المدرج 12
وصف المادة التعليمية			
المكتسبات	بعدما يكون الطالب قد درس مادة " اقتصاد المؤسسة" في السداس ي الثاني من السنة الأولى عليه أن يكون ملما بالمفاهيم الأساسية التالية : - ماهية المؤسسة - ماهية بيئة المؤسسة - .معرفة وظائف المؤسسة - .وظائف الإدارة في المؤسسة .		
الهدف العام للمادة التعليمية	تستهدف المادة التعريف بالمفاهيم الأساسية للتسويق والتطبيقات المختلفة المرتبطة به كأحد الوظائف الهامة في المؤسسة، بما يشكل الاطار المفاهيمي لممارسة التسويق العلمي، ومجالات تطبيقه العملي .		
أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)	تهدف المادة إلى تزويد الطالب بما يلي: ● معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق ومراحل تطوره ● معرفة عناصر المزيج التسويقي وأهميته في نجاح المنظمة. ● معرفة المعلومات التسويقية وعلاقتها بالبحوث التسويقية ● معرفة سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة على قراره الشرائي بعد استيعاب مفهوم تجزئة السوق ● معرفة أهم مجالات تطبيق الممارسات التسويقية.		

محتوى المادة التعليمية	
المحور الأول	مقدمة في التسويق
المحور الثاني	سلوك المستهلك النهائي والصناعي
المحور الثالث	أهم القرارات التسويقية
المحور الرابع	المزيج الترويجي
المحور الخامس	إدارة التسويق
المحور السادس	التسويق الالكتروني

طريقة التقييم						
الوزن النسبي للتقييم			العلامة		التقييم بالنسبة المئوية	
60 %		60 %	وزن المحاضرة	20/20		
		40 %	وزن الأعمال الموجهة والتطبيقية	20	10	امتحان جزئي
						أعمال موجهة
						أعمال تطبيقية
						المشروع الفردي
					08	الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
						خرجات ميدانية
					02	المواظبة (الحضور / الغياب)
						عناصر أخرى (المشاركة)
تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية و طبيعة تقييمها امتحان و مراقبة مستمرة يقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة:						
معدل المادة		نقطة المحاضرة * 0.6 + نقطة الأعمال الموجهة/التطبيقية * 0.4=				
Moy.M		= (Note Ex * 0.6) + (Note Td * 0.4)				
المصادر والمراجع						
المرجع الأساسي الموصى به :						
عنوان المرجع		المؤلف		دار النشر والسنة		
إياد عبد الفتاح النصور، (2013)، إدارة التسويق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .						
-خالد الراوي، حمود السند، (2000)، مبادئ التسويق الحديث، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن .						
-زكريا عزام وآخرون، (2011)، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن .						
-فيليب كوتلر، (2007)، أساسيات التسويق، تعريب سرور علي إبراهيم، دار المريخ للنشر الجامعي، الرياض .						
-محمد صالح المؤذن، (2002)، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، عمان، الأردن .						
Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). Principles of marketing. Pearson						

Australia.

- Lambin, J. J., & De Moerloose, C. (2008). Marketing stratégique et opérationnel. DUNOD, Paris.
- Lendrevie, J., & Lévy, J. (2012). Mercator 2013: Théories et nouvelles pratiques du marketing. Dunod.

التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة

الأسبوع	محتوى المحاضرة	التاريخ
الأسبوع الأول	مقدمة في التسويق	
الأسبوع الثاني	البيئة التسويقية	
الأسبوع الثالث	الاستخبارات التسويقية وبحوث التسويق	
الأسبوع الرابع	تقسيم/ وتجزئة الأسواق	
الأسبوع الخامس	سلوك المستهلك النهائي والصناعي	
الأسبوع السادس	قرارات المنتج	
الأسبوع السابع	قرارات التسعير	
الأسبوع الثامن	منافذ التوزيع	
الأسبوع التاسع	المزيج الترويجي	
الأسبوع العاشر	إدارة التسويق	
الأسبوع الحادي عشر	التسويق الالكتروني	
	امتحان نهاية السداسي	تحدهه الإدارة
	الامتحان الاستدراكي للمادة	تحدهه الإدارة

الأعمال الشخصية المقررة للمادة

1. تقدم حصص الأعمال الموجهة على شكل بحوث
2. إعداد بطاقة قراءة حول أحد كتب (تشجيع الطالب على البحث على مراجع واستعمالها)
3. استجواب تقييبي
4. تقديم بطاقة قراءة لمحور كتاب في
5. تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodle.
6. الحضور والتفاعل في منصة Moodle.
7. إنشاء دردشة ومنتدى في منصة Moodle للتعليم الالكتروني.

مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية

مناهج المادة التعليمية تسويق تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسات لسداسي 6

سنة 2025/2024			
رئيس القسم	مسؤول الشعبة	الأستاذ مسؤول المادة	نائب العميد الملكف بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات
ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية			