

Syllabus المادة التعليمية دليل			
اسم المادة: أساسيات التسويق 01			
الميدان	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	الفرع	علوم تجارية
التخصص	/	المستوى	الثانية
السداسي	الثالث	السنة الجامعية	2026/2025
التعرف على المادة التعليمية			
اسم المادة	أساسيات التسويق 01	وحدة التعليم	الأساسية
عدد الأرصدة	04	المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي	03,5 سا	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	01 سا 30
أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع)	2 سا	أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع)	/
مسؤول المادة التعليمية			
الاسم، اللقب	عفاف بلعرج	الرتبة	أستاذ محاضر ب
تحديد موقع المكتب	/	البريد الإلكتروني	Afef.belharedj@univ-annaba.dz
رقم الهاتف	/	توقيت الدرس ومكانه	يوم الثلاثاء 13,30-15 سا المدرج 3
وصف المادة التعليمية			
بعدما يكون الطالب قد درس مادة " <u>اقتصاد المؤسسة</u> " في السداسي الثاني من السنة الأولى عليه أن يكون ملما بالمفاهيم الأساسية التالية: - ماهية المؤسسة. - ماهية بيئة المؤسسة. - معرفة وظائف المؤسسة. - وظائف الإدارة في المؤسسة.			المكتسبات

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 دور التسويق في بيئة المؤسسة التنافسية. • 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	مدخل إلى التسويق
المحور الثاني	وظيفة التسويق داخل المؤسسة
المحور الثالث	البيئة التسويقية
المحور الرابع	نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق
المحور الخامس	تقسيم السوق والاستهداف والتموقع
المحور السادس	أسواق المستهلكين والسلوك الشرائي
المحور السابع	أسواق الأعمال وسلوك المشتري الصناعي
المحور الثامن	الرضا وولاء الزبائن وبناء علاقات العميل
المحور التاسع	قرارات المنتج والخدمات
المحور العاشر	استراتيجيات تطوير المنتج الجديد ودورة حياته
طريقة التقييم	
التقييم بالنسبة المئوية	العلامة
امتحان	20/20
امتحان جزئي	5
أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)	7
أعمال تطبيقية	-
المشروع الفردي	1
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	-
20	
وزن الأعمال الموجهة والتطبيقية	
% 40	
وزن النسبي للتقييم	
الوزن النسبي للتقييم	وزن المحاضرة
60 %	60 %
10 %	
14 %	
-	
02 %	
-	

-				-	خرجات ميدانية
% 12				6	المواظبة (الحضور/ الغياب)
% 02				1	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 =
<i>Moy.M</i>	$= (Note\ Ex * 0.6) + (Note\ Td * 0.4)$

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر والسنة
<i>Marketing Management:</i>	<i>Philip Kotler & Kevin Lane Keller & Bernard Dubois & Delphine Manceau.</i>	<i>12^{eme} édition , Pearson Education Paris, France, 2006.</i>
أساسيات التسويق-، تعريب م. سرور علي إبراهيم ، الكتاب الأول،	فيليب كوتلر	دار الفكر المريح للنشر الجامعي، الرياض، 2007.

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

- زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للطباعة والنشر، 2011.
- خالد الراوي، حمود السند (2000) "مبادئ التسويق الحديث"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،
- محمد صالح المؤذن (2002) "مبادئ التسويق"، الطبعة الأولى، عمان- الأردن.
- إياد عبد الفتاح النصور (2013) "إدارة التسويق"، الطبعة الأولى دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن.
- *Philip Kotler, Gary Armstrong: (2016) Principles of Marketing 16th Edition..Pearson Education Paris, France.*
- *Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose (2008) «marketing stratégique et opérationnel» : du marketing à l'orientation-marché : 7^e édition, Dunod, Paris, France.*

التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة

الأسبوع	محتوى المحاضرة	التاريخ
الأسبوع الأول	مفهوم التسويق، مراحل تطور الفكر التسويقي، المزيج التسويقي 1	2025/09/30
الأسبوع الثاني	مفهوم التسويق، مراحل تطور الفكر التسويقي، المزيج التسويقي 2	2025/10/7
الأسبوع الثالث	وظيفة التسويق داخل المؤسسة ومكانتها وعلاقتها بباقي الوظائف، إبراز أهم المكونات الفاعلة والضرورية لنجاح الوظيفة التسويقية.	2025/10/14
الأسبوع الرابع	تحليل البيئة التسويقية وعناصرها	2025/10/21

2025/10/28	نظام المعلومات التسويقية وبحوث التسويق 1	الأسبوع الخامس
2025/11/4	نظام المعلومات التسويقية وبحوث التسويق 2	الأسبوع السادس
2025/11/11	تقسيم السوق والاستهداف و التموقع 1	الأسبوع السابع
2025/11/18	تقسيم السوق والاستهداف و التموقع 2	الأسبوع الثامن
2025/11/25	أسواق المستهلكين والسلوك الشرائي	الأسبوع التاسع
2025/12/2	أسواق الأعمال وسلوك المشتري الصناعي	الأسبوع العاشر
2025/12/9	الرضا وولاء الزبائن وبناء علاقات العميل	الأسبوع الحادي عشر
2025/12/16	دراسة حالات عملية	الأسبوع الثاني عشر
	دراسة حالات عملية	الأسبوع الثالث عشر
	دراسة حالات عملية	الأسبوع الرابع عشر
تحدهه الإدارة	امتحان نهاية السداسي	الأسبوع الخامس عشر
تحدهه الإدارة	الامتحان الاستدراكي للمادة	
الأعمال الشخصية المقررة للمادة		
1. تقدم حصص الأعمال الموجهة على شكل بحوث وتحليل حالات عملية وتطبيقية؛ 2. إعداد بطاقة قراءة حول أحد كتب التسويق (تشجيع الطالب على البحث على مراجع واستعمالها) 3. استجواب تقييمي؛ 4. تقديم دراسة حالات وتحليل مشكلات تسويقية للشركات والمنظمات. 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		
رئيس القسم	مسؤول الميدان أو الفرع أو التخصص (حسب المستوى)	الأستاذ مسؤول المادة
		نائب العميد الملحق بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات
		

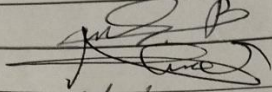
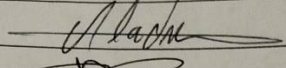
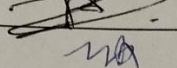
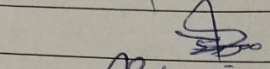
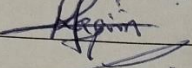
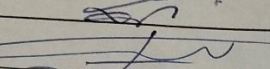
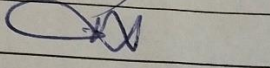
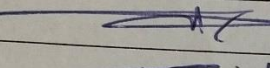
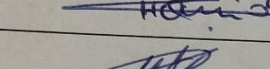
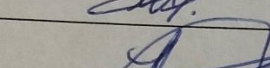
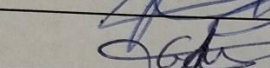
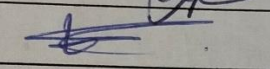
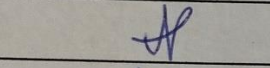
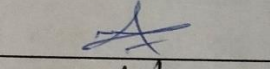
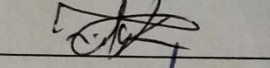
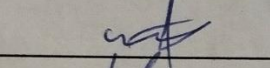
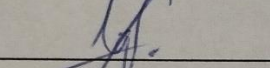
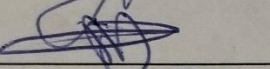
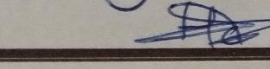
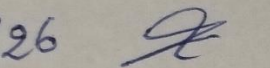
ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية

قائمة الطلبة الفوج 8	
الاسم واللقب	الامضاء
1) زار ميجي فرا هان ياميت في 82	
2) التيجي قيس دي	
3) نبه ملحة صدفية	
4) عرب الشعبة سيرت	
5) مدب نشهد دسمونة	
6) هرزوق في ماني	
7) العايب انس	
8) لدمي اماثي	
9) عذير جوري	
10) علوي رجا	
11) لوشية محمد عبد الرحمن	
12) ليخل سند سدا	
13) قداري نور الحنين	
14) زار ميجي فرا هان ياميت	
15) العتمان سليل	
16) اوباني رجاء	
17) وطرزة فلاك	
18) صوان أمير	
19) بوشوشة علاء الدين	
20) درويش هادي أمين	
21) مبارك دكرام	



نحن طلبة الفوج 7 من السنة 2026/2025 شعبة ع تجارية سنة ثانية ، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة "اساسيات التسويق 01" و على كيفية التقييم ، و فيما يلي امضاءاتنا على ذلك :

الرقم	اللقب	الاسم	الامضاء
01	فنفور	نسيبة	
02	بولفرون	عبد	
03	لعجاني	ماريا سعدة	
04	خاموزي	يامان	
05	حمادي	نور الدين	
06	عشوق	محمد وسيم	
07	بوريدة	احمد آده	
08	سريجا	محمد رياض	
09	زعيبي	احمد رضوان	
10	كشيتي	روندا	
11	(بديهي)	سرين	
12	عرايبي	رانية	
13	رقول عزلا نور	عزلا نور الهدى	
14	عبدلي	نقال	
15	فتح الله	دنا	
16	مهدر	لحمة	
17	قزاريا	نور الهدى	
18	كاسبات	خديجة ملاك	
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			

الامضاء	الاسم
	1) انيس لجنون
	2) مويحي احمد باديس
	3) ابراهيم الله
	4) مودني محمد زياد
	5) نوارى آسامه
	6) مرزوك محمد اسلا
	7) لوساكر هدمر سيم
	8) كيد د ح
	9) ادبيهي خالد
	10) ما قنبر زين الدين
	11) بنوفا محمد آمنت
	12) حميد لسيا
	13) مطلق وي الاء
	14) خشانة آية
	15) قاسم آية
	16) حوي ديناملاك
	17) ندي دلسي
	18) بوكان محمد داسكندر
	19) طاجين هداد رنا
	20) بناي هبة الطاسواق حلية
	21) اخفيهي جيهان
	22) مشرفي نجم الدين
	23) حليم محمد سن الدين
	24) قواسمية مهوراد
	25) خالد
	26) بلويزة

ID SEGC

Page 6

الاسم	اللقب	الامضاء
أمازي	دكوك	
ياسين	زثوري	
رحاب	حمادي	
كرامة	بن فضالة	
آية شيماء	دوادي	
راز	أصبحة	
طشوشا	بسنين	

- ~~نظري~~
- ياسين رغدي

- ياهي شعابنة

- علاء الدين الهادي بوزقة

- كيمر نعيم الله دحدو و

- الخواصة محمد

- أرسلان منصري

- شايه لوي

- فريدل خليل

- د خليل أسيم

- بركات أحمد

- شويح دعاء

بولقرون ایلیس

شکیمی واطل

حرفال محمد آرسلان

مصدق احمد سحر

اثنان محمد ایلیس

عیال بسمله لینه

آمره رنجه شوری