**وصف البرنامج الاكاديمي**

|  |
| --- |
| **مراجعة أداء مؤسسات التعليم العالي ((مراجعة البرنامج الأكاديمي))** |

**وصف المقرر**

|  |
| --- |
| يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهناً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولابد من الربط بينها وبين وصف البرنامج. |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. المؤسسة التعليمية | كلية الادارة والاقتصاد |
| 1. القسم الجامعي / المركز | القسم العلمي قسم الادارة عامة |
| 1. اسم / رمز المقرر | ادارة التسويق / m.m.3 |
| 1. البرامج التي يدخل فيها | البكلوريوس |
| 1. أشكال الحضور المتاحة | محاضرات اسبوعية بواقع 3 ساعات |
| 1. الفصل / السنة | نظام كورس |
| 1. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 3 ساعات \*15 اسبوع = 45 ساعة للكورس |
| 1. تاريخ إعداد هذا الوصف | 8/10/2020 |
| 1. أهداف المقرر | |
| تعريف الطلبة بمفهوم وأهمية ادارة التسويق وعلاقتها بالادارات الاخرى ومحاولة تحقيق الهدف الاكبر من خلال اشباع حاجات ورغبات الزبون وتحقيق رضاهم والوصول الى ولاء الزبون وامكانية المتخرج ان ينجح في تقديم اي مشروع ان كان خدمي ةاة في مجال السلع لامتلاكه الكم المهممن المعرفة قي ستراتيجيات التسويق | |
|  | |
|  | |
|  | |
|  | |
|  | |
|  | |

|  |
| --- |
| 1. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ- المعرفة والفهم  أ1-المادة الدراسية  أ2-امكانية المتخرج ان يستفاد من المعلومات التسويقية في فتح اي مشروع خدمي  أ3- استفادة وزارات الحكومبة من خبرات المتحرج التسويقية  أ4-  أ5-  أ6- |
| ب - المهارات الخاصة بالموضوع  ب1 -فكرية  ب2 –عملية تطبيقية  ب3 -  ب4- |
| طرائق التعليم والتعلم |
| * المحاضرات العلمية والنظرية * المناقشات الصفية * الامثلة التطبيقية * استخدام شاشة العرض قي القاعة |
| طرائق التقييم |
| * اختبارات نظربة * مشاركات يومية * مداخلات بيتية * واجبات منزلية * كوز |
| ج- مهارات التفكير  ج1-معرفية  ج2-علمية  ج3-مهارات شخصية  ج4- مهارات تحليلية |
| طرائق التعليم والتعلم |
| * عصف ذهني * استخدام عارض بيانات في القاعة * اثارة التساؤلات |
| طرائق التقييم |
| * المشاركات اليومية * الواجبات الاسبوعية * حضور الطالب * كوز * الامتحان الشهري |
| د - المهارات العامة والمنقولة ( المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي ).  د1-تحليلية وفكرية قدر تعلق الامر بطبيعة المقرر الدراسي  د2-  د3-  د4- |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. بنية المقرر | | | | | |
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 3 |  | **المفاهيم الاساسية ومداخل دراسة التسويق** | الاستماع | امتحانات شفهية وتحريرية والمناقشات |
| 2 | 3 |  | **البيئة التسويقية الخارجية** | المناقشة | امتحانات شفهية وتحريرية والمناقشات |
| 3 | 3 |  | **البيئة التسويقية الداخلية** | الحوار | امتحانات شفهية وتحريرية والمناقشات |
| 4 | 3 |  | **المفاهيم الأساسية لتجزئة السوق** | عرض حالات للتفكير | امتحانات شفهية وتحريرية والمناقشات |
| 5 | 3 |  | **دورة حياة المنتجات** | محاضرات نظرية | امتحانات شفهية وتحريرية والمناقشات |
| 6 | 3 |  | **أسباب فشل المنتجات** |  | امتحانات شفهية وتحريرية والمناقشات |
| 7 | 3 |  | **المفاهيم الأساسية للأسعار**  **وطرق التسعير** |  | امتحانات شفهية وتحريرية والمناقشات |
| 8 | 3 |  | **العوامل المؤثرة في السعر** |  |  |
| 9 | 3 |  | امتحان الاول |  |  |
| 10 | 3 |  | **المفاهيم الأساسية للترويج** |  |  |
| 11 | 3 |  | **عناصر المزيج الترويجي** |  |  |
| 12 | 3 |  | توزيع الخدمة |  |  |
| 13 | 3 |  | التسويق الاخضر |  |  |
| 14 | 3 |  | حالات تطبيقية |  |  |
| 15 | 3 |  | الامتحان الثاني |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. البنية التحتية | |
| القراءات المطلوبة :   * النصوص الأساسية * كتب المقرر * أخرى | كتاب ثامر ياسر البكري  **الربيعاوي ، سعدون حمود واخرون ، ادارة التسويق ، 2014 .**  **2-Kotler &Armstrong, Principles of Marketing,2014.** |
| متطلبات خاصة ( وتشمل على سبيل المثال ورش العمل والدوريات والبرمجيات والمواقع الالكترونية ) | واجبات وبحوث مكتبة والكترونية |
| الخدمات الاجتماعية ( وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية ) | لايوجد |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. القبول | |
| المتطلبات السابقة | ان يكون الطالب خريج الدراسة الثاتوية /علمي/ادبي |
| أقل عدد من الطلبة | 30 طالب |
| أكبر عدد من الطلبة | 60 طالب |