

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

Course Description: Principles of Marketing

1- Basic Information:

Course Name	Principles of Marketing
Course ID	PM541
Contact Hours (Registered Sessions)	14
Contact Hours (Synchronized Sessions)	14
Midterm Exam	-
Exam	75 min
Registered Sessions Workload	14
Synchronized Session Workload	14
Credit Hours	28

2- Pre-Requisites:

Course	ID
None	-

3- Course General Objectives:

The course aims to introduce the concept of marketing ,marketing environment, marketing mix, and identify the tools used by the marketer to apply marketing strategies and policies. It also identify the marketing research areas, and explain the concept of services marketing, banking marketing, the e-marketing.

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

4- Intended Learning Outcomes (ILO):

Code	Intended Learning Outcomes
ILO1	Understand the concept of Marketing
ILO2	Understand the Marketing environment
ILO3	Identify the Marketing mix
ILO4	Know the marketing research
ILO5	Understand the Marketing Research Areas
ILO6	Identify the Services Marketing
ILO7	Understand the Banking Marketing
ILO8	Identify the E-Marketing
ILO9	Know General terms in the management of the marketing process

5- Course Syllabus (28 hours of total synchronized sessions; 28 hours of total Recorded Sessions)

- RS: Recorded Sessions; SS: Synchronized Sessions;

ILO	Course Syllabus	RS	SS	Type	Additional Notes
ILO1	Chapter1 :Introduction to			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments	

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	Marketing			<input type="checkbox"/> Seminars <input checked="" type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	
ILO2	Chapter2:Marketing environment			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input checked="" type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	
ILO3	Chapter3:Marketing mix			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input checked="" type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	
ILO4	Chapter4:marketing research			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input checked="" type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	
ILO5	Chapter5:Marketing Research Areas			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input checked="" type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	
ILO6	Chapter6:Services Marketing			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input checked="" type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices	

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

				<input type="checkbox"/> Others	
ILO7	Chapter7:Banking Marketing			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	
ILO8	Chapter8:E-Marketing			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	
ILO9	Chapter9:General terms in the management of the marketing process			<input type="checkbox"/> Exercises <input checked="" type="checkbox"/> Assignments <input type="checkbox"/> Seminars <input type="checkbox"/> Projects <input checked="" type="checkbox"/> Practices <input type="checkbox"/> Others	chapter 11: Communication strategies in public relations campaigns

6- Assessment Criteria (Related to ILOs)

ISC			Ex	Exams		Rpt	Reports
PF2F			PW				

ILO Code	ILO	Intended Results	Assessment Type				
			ISC	PW	Ex	PF2F	Rpt
ILO1	Introduction to Marketing		X	X	X		X
ILO2	Marketing environment		X	X	X		X
ILO3	Marketing mix		X	X	X		X
ILO4	marketing research		X	X	X		X
ILO5	Marketing Research Areas		X	X	X		X

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

ILO6	Services Marketing		X	X	X		X
ILO7	Banking Marketing		X	X	X		X
ILO8	E-Marketing		X	X	X		X
ILO9	General terms in the management of the marketing process		X	X	X		X

7-Practice Tools:

Tool Name	Description

8-Main References

<p>ثابت عبد الرحمان إدريس، جمال الدين محمد المرسي، التسويق المعاصر، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٥.</p> <p>محمود صادق بازرعة، إدارة التسويق، الطبعة الثالثة، القاهرة، الناشر غير مبين، ١٩٩٧.</p>

9-Additional References

<p>أحمد علي سليمان، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، الناشر غير مبين، ٢٠٠٠.</p> <p>أمينة محمود حسين محمود، نظم المعلومات التسويقية، مطبعة كلية الزراعة، جامعة القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ١٩٩٥.</p> <p>أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق في القرن الحادي والعشرين، دارقبا للطباعة، ٢٠٠١.</p> <p>محمد عبيدات، سموك المستهلك، الطبعة الأولى، المستقبل لمنشر والتوزيع، ١٩٩٥.</p> <p>محمد علي عبيدات، أساسيات التسعير في التسويق المعاصر، عمان، دار الميسرة للتوزيع والطباعة، ٢٠٠٨.</p> <p>محمود صادق بازرعة، بحوث التسويق، مطبعة كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ١٩٩٤.</p> <p>سيد علي شتا، طرق البحث الاجتماعي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٢.</p>
--