

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

وثيقة تعريف: مبادئ التسويق

١- معلومات أساسية:

اسم المقرر	مبادئ التسويق
رمز المقرر	PM541
ساعات الجلسات المسجلة	14
ساعات الجلسات المتزامنة	14
ساعات المذاكرة	لا يوجد
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	14
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	14
عدد الساعات المعتمدة	28

٢- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

المقرر	الرمز
لا يوجد	-

٣- الهدف من المقرر:

يهدف المقرر إلى التعريف بمفهوم التسويق والبيئة التسويقية، وإلى توضيح مفهوم المزيج التسويقي، والأدوات التسويقية المتاحة أمام المسوقين لرسم الاستراتيجيات والسياسات التسويقية، كما يوضح آلية إجراء البحوث التسويقية ومجالاتها، ومفهوم التسويق الخدمي والمصرفي والالكتروني.

٤- المحصّلات التعليمية المرجوة (ILO – Intended Learning Objectives / Outcomes):

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

بعد الاستكمال الناجح لهذا المقرر، سيصبح الطالب قادر على فعل ما يلي:

الرمز	المحصلات التعليمية المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	مدخل الى علم التسويق
ILO2	البيئة التسويقية
ILO3	المزيج التسويقي
ILO4	بحوث التسويق
ILO5	مجالات بحوث التسويق
ILO6	تسويق الخدمات
ILO7	التسويق المصرفي
ILO8	التسويق الالكتروني
ILO9	مصطلحات عامة في إدارة العملية التسويقية

٥- محتوى المقرر: (28 ساعة مجموع الساعات المسجلة، 28 ساعة مجموع الساعات المتزامنة)

المحصلات التعليمية	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	مدخل الى علم التسويق			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين مع

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 checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			البيئة التسويقية	ILO2
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			المزيج التسويقي	ILO3
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			بحوث التسويق	ILO4
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			مجالات بحوث التسويق	ILO5
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			تسويق الخدمات	ILO6

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"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			التسويق المصرفي	ILO7
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			التسويق الإلكتروني	ILO8
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين مع	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			مصطلحات عامة في إدارة العملية التسويقية	ILO9

٦- معايير التقييم:

نمط التقييم					النتائج التعليمية	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
X	X		X	X		مدخل الى علم التسويق	ILO1
X	X		X	X		البيئة التسويقية	ILO2
X	X		X	X		المزيج التسويقي	ILO3

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

X	X		X	X		بحوث التسويق	ILO4
X	X		X	X		مجالات بحوث التسويق	ILO5
X	X		X	X		تسويق الخدمات	ILO6
X	X		X	X		التسويق المصرفي	ILO7
X	X		X	X		التسويق الالكتروني	ILO8
X	X		X	X		مصطلحات عامة في إدارة العملية التسويقية	ILO9

٧- أدوات ومختبرات القسم العملي:

توصيفها	اسم الأداة

٨- المراجع الأساسية:

<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>

٩- المراجع الإضافية:

<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، دار قباء للطباعة، ٢٠٠١.</p> <p>محمد عبيدات، سموك المستهلك، الطبعة الأولى، المستقبل للنشر 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>
--