

الجامعة الأردنية

مركز الاعتماد وضمان الجودة

مخطط المادة الدراسية

1.	اسم المادة	مبادئ تسويق
2.	رقم المادة	5201201
3.	الساعات المعتمدة (نظرية، عملية)	3
	الساعات الفعلية (نظرية، عملية)	3
4.	المتطلبات السابقة/المتطلبات المتزامنة	
5.	اسم البرنامج	ادارة الاعمال
6.	رقم البرنامج	01
7.	اسم الجامعة	الجامعة الاردنية
8.	الكلية	الادارة و التمويل
9.	القسم	ادارة الاعمال
10.	مستوى المادة	1
11.	العام الجامعي/ الفصل الدراسي	الاول 2018/2017
12.	الدرجة العلمية للبرنامج	بكالوريوس
13.	الأقسام الأخرى المشتركة في تدريس المادة	لا يوجد
14.	لغة التدريس	الانجليزية
15.	تاريخ استحداث مخطط المادة الدراسية/ تاريخ مراجعة مخطط المادة الدراسية	الفصل الثاني 2011 - تحديث سنوي

16. منسق المادة

الرجاء إدراج ما يلي:

المدرس: الدكتور عدنان الرواشده

رقم المكتب: 383

رقم هاتف المكتب: 35051

البريد الإلكتروني: ad.rawashdeh@ju.edu.jo

الساعات المكتبية: (12-13) احد، ثلاثاء، خميس

17. وصف المادة

تحتوي هذه المادة على تصميم لبناء فهم لدور التسويق داخل نظامنا الاقتصادي والعملية التي من خلالها تم وضع تصاميم استراتيجية تسويق المؤسسة. يجب أن تتوقع من الطالب بعد أخذ المادة ما يلي: بناء المفردات من مفاهيم التسويق؛ فهم مختلف جوانب البيئة التسويقية التي تؤثر على الفرص المتاحة في السوق واستراتيجية التسويق، فهم المكونات الأساسية لاستراتيجية التسويق (المنتج، السعر، والقنوات، والترويج)، ومفهوم استراتيجية تسويقية شاملة.

18. أهداف تدريس المادة ونتائجها

أ- الأهداف

- 1- ان يعرف الطالب مفهوم التسويق وتطور هذا المفهوم.
 - 2- ان يفهم الطالب طبيعة التسويق ونشأته وأهدافه، وأنواعه،
 - 3- ان يعرف الطالب استراتيجيات التسويق
 - 4- أن يعرف الطالب ثقافة وبيئة الاعمال.
 - 5- ان يعرف الطالب طرق وإخلاقيات التسويق
 - 6- ان يعرف الطالب كيف يتم وضع الخطط التسويقية للمنتجات
 - 7- ان يعرف الطالب تشريعات الاعمال
 - 8- أن يعرف الطالب مخاطر التسويق غير الفعال واثره على الفرص المتاحة
- ب- نتائج التعلّم: يتوقع من الطالب عند إنهاء المادة أن يكون قادراً على...

- 1- فهم الاعمال التسويقية وادارتها
- 2- تعريف مهارات و ثقافات وتشريعات التسويق والترويج.
- 3- تطبيق استراتيجيات التسويق .
- 4- امتلاك مهارة التعليم المستمر
- 5- الالتزام بالقواعد الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعيه للمنظمات

19. محتوى المادة الدراسية والجدول الزمني لها

المراجع	أساليب التقييم	نتائج التعلّم المتحققة	المدرّس	الأسبوع	المحتوى
Kotler, p., and Armstrong, G., 2010. Principles of Marketing. 15 th edition. London: Pearson	امتحانات + وظائف + تقارير	5،1	د. عدنان الرواشده	2-1	التسويق واهمية الزبائن
		2،5		4-3	تحليل البيئة التسويقية
		5 ،3		6-5	ادارة العمليات التسويقية
		3+4		8-7	استراتيجيات التسويق
		3		10-9	دورة حياة المنتج وتطويره
		2+4		12-11	استراتيجية التسعير
		1+4		14-13	قنوات التسويق
		5		15	بيئة التسويق

20. النشاطات والاستراتيجيات التدريسية

يتم تطوير نتائج التعلم المستهدفة من خلال النشاطات والاستراتيجيات التدريسية التالية:

- 1- العرض النظري لجوانب المادة
- 2- العرض العملي في مجال دراسة الحالة
- 3- عرض تقارير من قبل الطلبة تتعلق بالمادة مأخوذة من الانترنت وإدارة نقاش حولها

21. أساليب التقييم ومتطلبات المادة

يتم إثبات تحقق نتائج التعلم المستهدفة من خلال أساليب التقييم والمتطلبات التالية:

- 1- امتحانات قصيرة و طويلة
- 2- وظائف بيتية قصيرة
- 3- اعداد ابحاث قصيرة او طلب تلخيص لاحدى مكونات المادة وعرضها امام الطلبة

23. السياسات المتبعة بالمادة

أ- سياسة الحضور والغياب: (حسب نظام و تعليمات الجامعة الاردنية)

ب- الغياب عن الامتحانات وتسليم الواجبات في الوقت المحدد: (حسب نظام و تعليمات الجامعة الاردنية)

ج- إجراءات السلامة والصحة: (حسب نظام و تعليمات الجامعة الاردنية)

د- العث والخروج عن النظام الصفي: (حسب نظام و تعليمات الجامعة الاردنية)

هـ- إعطاء الدرجات: (حسب نظام و تعليمات الجامعة الاردنية)

و- الخدمات المتوفرة بالجامعة والتي تسهم في دراسة المادة: (حسب نظام و تعليمات الجامعة الاردنية)

24. المعدات والأجهزة المطلوبة

- 1- مختبر حاسوب خاص بالكلية

25. المراجع

أ- الكتب المقررة، والقراءات التي يجب على الطالب تغطيتها للموضوعات المختلفة للمادة. Kotler, p., and Armstrong, G., 2010. Principles of Marketing. 15th edition. London: Pearson

26. معلومات إضافية

اسم منسق المادة: - - - - - التوقيع: - - - - - التاريخ: - - - - -

مقرر لجنة الخطة/ القسم: - - - - - التوقيع

رئيس القسم: ----- التوقيع -----

مقرر لجنة الخطة/ الكلية: ----- التوقيع -----

العميد: ----- التوقيع -----

نسخة إلى: رئيس القسم
مساعد العميد لضمان الجودة
ملف المادة