

الخطة الدراسية لقسم التسويق بكلية إدارة الأعمال بعفيف

توزيع المقررات على المستويات :

المستوى الأول				
م	رمز المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
1	101 دار	مبادئ الإدارة العامة	3	--
2	101 سلم	المدخل إلى الثقافة الإسلامية	2	--
3	101 نظم	مبادئ القانون	3	--
4	105 نجم	اللغة الإنجليزية	5	--
5	130 تقن	مهارات الحاسب	3	--

16	مجموع الساعات
----	---------------

المستوى الثاني				
م	رمز المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
1	101 تسق	مبادئ التسويق	3	
2	101 حسب	مبادئ المحاسبة-1	3	--
3	101 عرب	المهارات اللغوية	2	--
4	101 قصد	مبادئ الاقتصاد الجزئي	3	--
5	101 كمي	مبادئ الأساليب الكمية-1	3	--
6	102 سلم	الإسلام وبناء المجتمع	2	--

16	المجموع
----	---------

المستوى الثالث				
م	رمز المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
1	102 حسب	مبادئ المحاسبة -2	3	101 حسب
2	102 قصد	مبادئ الاقتصاد الكلي	3	101 قصد
3	102 كمي	مبادئ الأساليب الكمية -2	3	101 كمي
4	103 سلم	النظام الاقتصادي في الإسلام	2	--
5	141 علم	مهارات الاتصال	2	--
6	394 دار	منهج البحث في إدارة الأعمال	3	--

16	المجموع
----	---------

المستوى الرابع				
م	رمز المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
1	103 عرب	التحرير العربي	2	--
2	120 كمي	طرق كمية	3	102 كمي
3	211 نظم	القانون التجاري	3	101 نظم
4	217 دار	السلوك التنظيمي	2	--
5	231 حسب	محاسبة التكاليف (1)	3	102 حسب
6	341 دار	إدارة التسويق	3	--

16	المجموع
----	---------

المستوى الخامس

المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	اسم المقرر	رمز المقرر	م
--	2	أسس النظام السياسي في الإسلام	104 سلم	1
102 كمي	3	الرياضة المالية	211 كمي	2
102 كمي	3	بحوث العمليات	246 كمي	3
101 درع	3	إدارة الموارد البشرية	326 دار	4
101 درع	3	إدارة المواد	372 دار	5
231 حسب	3	المحاسبة الإدارية -2-	435 حسب	6

17

المجموع

المستوى السادس

المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	اسم المقرر	رمز المقرر	م
341 دار	3	إدارة العلاقات العامة	333 نسق	1
341 دار	3	سلوك المستهلك	351 نسق	2
341 دار	3	نظم المعلومات التسويقية	363 نسق	3
101 درع	3	إدارة العمليات	371 دار	4
341 دار	3	الاتصالات التسويقية	454 نسق	5
341 دار	3	إدارة التوزيع	471 نسق	6

18

المجموع

المستوى السابع				
م	رمز المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
1	111 تسق	قراءات مختارة في التسويق باللغة الإنجليزية	3	105 نجم
2	361 تسق	تسويق الخدمات	3	341 دار
3	362 تسق	استراتيجيات التسويق	3	341 دار
4	411 تسق	إدارة المبيعات	3	341 دار
5	455 تسق	إدارة المنتجات	3	341 دار

المجموع	15
---------	----

المستوى الثامن				
م	رمز المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
1	342 تسق	بحوث التسويق	3	341 دار
2	352 تسق	التسويق الدولي	3	341 دار
3	481 تسق	التسويق الالكتروني	3	454 تسق
4	488 تسق	قضايا تسويقية معاصرة	3	341 دار
5	491 تسق	مشروع التخرج	6	394 دار

المجموع	18
---------	----

101 درع مبادئ الإدارة العامة

يهدف المقرر الى:

- التعريف بمفهوم الإدارة والمدير.
- التعريف بمفهوم العملية الإدارية ووظائف المدير.
- الإلمام بالنظريات والمدارس التي ساهمت في تطور علم الإدارة.
- التعريف بعلاقة المنظمة والإدارة بالبيئة المحيطة.
- التعرف على أنواع الشركات وأشكالها القانونية.
- التعريف بوظيفة التخطيط وأهدافها، وأنواع الخطط ومقومات التخطيط ومعوقاته.
- التعرف على وظيفة التنظيم وأهميتها، الهيكل التنظيمي، وطرق التقسيم التنظيمي.
- معرفة الفرق بين الطرق المختلفة لتصميم الهيكل التنظيمي وطرق التقسيم التنظيمي.
- التعرف على مفهوم اتخاذ القرار ومراحل اتخاذ القرار وأنواع القرارات والحالات.
- التعريف بمفهوم القيادة الإدارية وأنواع القيادة ونظريات القيادة.
- الإلمام بمفهوم الرقابة وإجراءاتها وأنواع الرقابة، وخصائص النظام الفعال للرقابة.

101 سلم المدخل إلى الثقافة الإسلامية

يهدف المقرر الى:

- 1- ترسيخ العقيدة الإسلامية الصحيحة.
- 2- ربط الأجيال المسلمة بمصادر الإسلام الأساسية.
- 3- تحويل ما يأخذه الطالب من معارف إلى واقع حي في سلوكه.
- 4- تعريف الشباب بما يحيط بهم من المخاطر المعاصرة.
- 5- إيجاد الحلول الإسلامية المناسبة للمشكلات من حولهم مع رد شبهاتها.

101 نظم مبادئ القانون

يهدف المقرر الي معرفة المدخل لدراسة الأساسين اللذان يقوم عليهما التنظيم دراسة القانوني وهما نظرية القانون (الجزء الأول) ونظرية الحق (الجزء الثاني) يهتم الجزء الأول (نظرية القانون) يتضمن تعريف القانون، ووظيفة القانون، وإساس القانون وعلاقته بالعلوم الأخرى، وخصائص القاعدة القانونية، وأنواعها ومصادرها، وكيفية تطبيقها سواء من حيث الأشخاص أو المكان ويهتم الجزء الثاني نظرية الحق ببيان الحقوق والواجبات التي يتولى القانون تنظيمها من خلال بيان حقوق كل شخص وواجباته في المجتمع على نحو يضمن عدم التعارض بينها وذلك من خلال توضيح معنى الحق وتقسيمات الحقوق، وبيان اشخاص الحق ، وكذلك محل الحق ومصادر الحق واستعمال الحق.

105 نجم اللغة الإنجليزية

- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب المعرفة اللازمة عن كيفية القراءة باللغة الإنجليزية والكتابة.
- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب المعرفة اللازمة عن كيفية كتابة مقالة باللغة الإنجليزية.

130 تقن مهارات الحاسب

- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب على المعارف المتعلقة بالمصطلحات في مجال الحاسب والإلمام باستخدام الحاسب الآلي.
- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب المعرفة اللازمة بالتعامل مع الإنترنت والبريد الإلكتروني.
- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب التعرف على معرفة نظام التشغيل وإدارة الملفات.

101 تسق مبادئ التسويق

يهدف المقرر إلى:

- 1- معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق وكيفية انبثاقه كعلم مستقل ذو أهمية في حياة المنظمات.
- 2- التعرف على العناصر الرئيسية في البيئة المحيطة بالعملية التسويقية.
- 3- معرفة وفهم آلية القرار الشرائي للمستهلك والعوامل المؤثرة فيه.
- 4- فهم عملية تجزئة السوق وأهميتها والاستراتيجيات ذات العلاقة.
- 5- التعرف على المنتج كأحد عناصر المزيج التسويقي من حيث التعريف والتصنيفات والنشاطات ذات العلاقة.
- 6- فهم الاستراتيجيات والاعتبارات المتعلقة بالتسعير كأحد عناصر المزيج التسويقي.
- 7- التعرف على الدور الذي يلعبه الترويج كأحد عناصر المزيج التسويقي وأهم عناصره وآلية إعداد الميزانية الترويجية.
- 8- فهم آليات التوزيع كأحد عناصر المزيج التسويقي وكيفية إدارته.

101 حسب مبادئ المحاسبة - 1

- يهدف المقرر إلى معرفة مفاهيم المحاسبة وأسسها وأثرها في الحياة العلمية والاجتماعية.
- معرفة فروع علم المحاسبة.
- معرفة المستفيدين من علم المحاسبة.
- القدرة على استخدام الأدوات المحاسبية في تنفيذ إجراءات المحاسبة.
- القدرة على استخدام الشبكة اذ البحث والاتصال.

101 عرب المهارات اللغة

يهدف المقرر إلى التعريف بالمنهج وأهم الموضوعات التي يتناولها الكتاب المقرر وتحسين مهارة القراءة والمحادثة.

101 قصد مبادئ الاقتصاد الجزئي

يهدف المقرر إلى:

- توضيح مفهوم علم الاقتصاد ومبادئ النظرية الجزئية وكيفية استخدام أدوات التحليل الجزئي.
- تعميق الفهم لدي الطالب بكيفية قيام المستهلك الفرد باتخاذ قراراته الخاصة باستهلاك السلع والخدمات ومن ثم الحصول علي أقصى إشباع ممكن وذلك من خلال آلية السوق.
- توضيح الفهم لدي الطالب بكيفية قيام المنتج الفرد (المشروع الصغير) باتخاذ قراراته الخاصة بكمية الإنتاج من السلع والخدمات وكمية عوامل الإنتاج التي يقوم باستخدامها في إنتاج تلك السلع والخدمات ومن ثم تحقيق أقصى ربح ممكن وذلك بناءً علي آلية السوق واستخدام دوال الإنتاج والإيرادات والتكاليف.
- التعرف علي كيفية تحقق التوازن في السوق

101 كمي مبادئ الأساليب الكمية-1

يهدف المقرر إلى تمكين الطالب من المفاهيم الآتية: مقدمة ومفاهيم أساسية في الإحصاء - مصادر وأساليب جمع البيانات - مفهوم وأساليب العينات العرض الجدولي والبياني للبيانات - مقاييس النزعة المركزية - مقاييس التشتت الارتباط الخطي والانحدار السلال الزمنية والأرقام القياسية للاستفادة منها في اتخاذ القرارات الإدارية السليمة.

102 سلم الإسلام وبناء المجتمع

يهدف المقرر إلى:

- 1 - الوقوف على مقاصد الشريعة الإسلامية والتي من أهمها المحافظة على الكليات الخمس.
- 2 - التعرف على خصائص ومميزات المنهج الإسلامي.
- 3 - الوقوف على الأساليب الإسلامية في تقوية الروابط الاجتماعية.
- 4 - الوقوف على المشكلات الاجتماعية المتنوعة؛ ومعرفة الطرق المؤدية إلى علاجها.
- 5 - بيان أهمية الأسرة ومكانتها في الإسلام وضرورة تكوينها من خلال الزواج الشرعي الصحيح.
- 6 - معرفة الأحكام الشرعية المتعلقة بالأفراد والأسر داخل المجتمع المسلم.

102 حسب مبادئ المحاسبة-2

القدرة على التعامل مع القضايا المحاسبية التي تواجه المحاسب بخصوص الأصول المتداولة بشكل خاص النقدية، والمدنيين، والمخزون السلعي.

التعرف على المعالجات المحاسبية للأصول الثابتة.
القدرة على التعامل مع مشاكل الاعتراف بالأرادات وكيفية تحديد الربح.
التعرف على الإطار العام للمحاسبة المالية والأسس العلمية التي يقوم عليها علم المحاسبة.

102 قصد مبادئ الاقتصاد الكلي

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالأسس النظرية الخاصة بالاقتصاد الكلي وذلك من خلال معرفة مفهوم الاقتصاد الكلي وأهميته وأهدافه والفرق بينه وبين الاقتصاد الجزئي والسياسات الاقتصادية الكلية ومفاهيم الناتج والدخل والإنفاق القومي والتضخم والبطالة وكذلك يهدف المقرر إلى تطوير مهارات الطالب في النظرية الاقتصادية الكلية للمساعدة على اتخاذ القرارات الإدارية بصورة سليمة تأخذ النظرة الكلية للقرار الإداري

102 كمي مبادئ الأساليب الكمية-2

يهدف هذا المقرر إلى إلمام الطالب بالمفاهيم الأساسية في العمل الكمي والرياضيات الخاصة بالتوافيق والتباديل ونظرية ذات الحدين والمتباينات وتحليل المقادير الجبرية بالإضافة إلى المعادلات الخطية وكذلك المحددات والمصفوفات وتطبيقاتها في الإدارة والاقتصاد ثم حساب التفاضل والتكامل وتطبيقاتها الإدارية والاقتصادية للمساهمة في اتخاذ القرار الإداري السليم وكذلك يهدف المقرر إلى تطوير مهارات الطالب في استخدام المهارات الرياضية والكمية لاتخاذ القرارات الإدارية.

103 سلم النظام الاقتصادي في الإسلام

يهدف المقرر إلى:

- 1 - الوقوف على مقاصد الشريعة الإسلامية والتي من أهمها المحافظة على الكليات الخمس.
- 2 - التعرف على خصائص ومميزات المنهج الاقتصادي الإسلامي.
- 3 - الوقوف على الأساليب الإسلامية في التنمية الاقتصادية.
- 4 - الوقوف على المشكلات الاقتصادية المتنوعة؛ ومعرفة الطرق المؤدية إلى علاجها.
- 5 - القدرة على التفرقة بين منهج الإسلام في الاقتصاد وبين الأنظمة الاقتصادية الوضعية من خلال الوقوف على مفاهيم هذه الأنظمة وسماتها والأسس التي تقوم عليها ومساوئها.
- 6 - معرفة الأحكام الشرعية المتعلقة بفقهاء المعاملات والنظام الاقتصادي في الإسلام، ولو على سبيل الإجمال.
- 7 . معرفة أهداف النظام الاقتصادي الإسلامي.

141 علم مهارات الاتصال

تنمية مهارات الطالب في الاتصال الفعال بالإضافة الي معرفة الموضوعات التفصيلية للمقرر.

394 دار منهج البحث فى إدارة الأعمال

إلى تعريف الطالب بأساليب البحث العلمي وإتقان مهاراته المتنوعة لتساعد على إجراء بحوث، بالإضافة إلى تعريف الطالب بخطوات إجراء البحث العلمى من تحديد المشكلة وتصميمها وصياغة الفرضيات وتحليلها وإستعراض النتائج والتوصيات وتوثيق المراجع، ويتوقع من الطالب أن يكون قادرا على كتابة خطة للبحث العلمى (تقرير) فى مجال إدارة الأعمال .

103 عرب التحرير العربى

يهدف المقرر إلى تحسين مهارة القراءة ومهارة المحادثة ومعرفة كيفية استخدام المعاجم اللغوية بالإضافة الي المعرفة بالموضوعات التي تتعلق بالمقرر بصورة تفصيلية

120 كمي طرق كمية

-تمكين الطلاب من الاستفادة من الطرق الكمية فى البحوث العلمية.
-المساعدة فى اتخاذ القرار الإداري المتعلق بأبحاث السوق.

211 نظم القانون التجارى

يهدف المقرر إلى تمكين الطالب من الإلمام بالمبادئ الأساسية والأسس العامة التي تحكم تصنيف الأعمال التجارية ونظامها الخاص بها عن الأعمال الأخرى غير التجارية، وتحديد المركز القانوني للأشخاص المحترفين للأعمال التجارية من التجار الأفراد والشركات التجارية وبيان الالتزامات الخاصة بهم عند احترافهم للتجارة. ويتضمن مقرر القانون التجارى دراسة النظرية العامة لأعمال التجارية ونظرية التاجر ومصادر القانون التجارى التي تحكم تلك الأعمال والأشخاص المحترفين لها والالتزاماتها ودراسة الشركات التجارية منذ نشأتها وحتى تصفيتها وانقضاءها

217 دار السلوك التنظيمي

يهدف المقرر إلى تمكين الطالب من الإلمام بالمفاهيم وطرق التحليل والنظريات التي تحكم السلوك التنظيمي فى منظمات الأعمال. حيث يشتمل المقرر على التعريف بنطاق وخصائص السلوك. وأهميته بالمنشآت والمجتمع... كما يشتمل على مناقشة تفصيلية لكل النظريات الإدارية فى السلوك التنظيمي وكما يهتم المقرر بالدراسة التفصيلية لكل من الإدراك والاتجاهات والقيم والشخصية والتعلم، ونختم بحالات وتطبيقات عملية.

231 حسب محاسبة التكاليف-1

تعريف الطلاب بمفاهيم التكلفة والفروق الأساسية بين التكلفة والخسارة والتبرع - تعريف الطلاب بكيفية تحديد تكلفة الأوامر الإنتاجية - تعريف الطلاب بكيفية تحديد تكلفة المراحل الإنتاجية - تعريف الطلاب بكيفية توزيع التكاليف غير المباشرة والتكاليف المشتركة لتحديد تكلفة المنتج.

341 دار إدارة التسويق

يهدف المقرر إلي تمكين الطالب من النظريات والمفاهيم التي تتعلق بالنشاط التسويقي في منشآت الأعمال من خلال الوقوف علي مفردات المقرر.

104 سلم اسس النظام السياسي في الاسلام

يهدف المقرر إلى التعرف على أهم أركان الدولة الإسلامية والحكم بما أنزل الله والرعية وأولى الأمر. والوقوف على السياسة الشرعية بصورة واضحة عبر العصور.

211 كمي الرياضة المالية

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بموضوعات الرياضة المالية وأهميتها من خلال التعرف على الفائدة البسيطة وكيفية حسابها في الحالات المختلفة وكذلك التعرف على الفائدة المركبة وكيفية حسابها في جميع حالاتها.

246 كمي بحوث العمليات

أولاً : يهدف المقرر إلى :

وصف موجز لنتائج التعلم الأساسية للطلبة المسجلين في المقرر :

- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب المعرفة اللازمة عن البرمجة الخطية وصياغة المشاكل وحلها
- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب المعرفة اللازمة عن كيفية عمل تحليل الحساسية واستخداماته
- يهدف المقرر إلى إكساب الطالب المعرفة اللازمة عن كيفية تحديد المسار الحرج

326 دار إدارة الموارد البشرية

يهدف المقرر إلي تعريف الطالب بالوظائف الأساسية لإدارة الموارد البشرية وعلاقتها بالإدارات الأخرى كما يهدف إلي تعريف الطالب بماهية إدارة الموارد البشرية والنظريات التي تقوم عليها.

372 دار إدارة المواد

يهدف المقرر إلى التعرف على أساسيات إدارة الشراء وأهدافها ووظائفها تؤدي لربط عملية الشراء مع الأنشطة الأخرى داخل المنشأة , والتعريف على مفهوم وظيفة التخزين والرقابة على المخزون وكيفية إدارة المخازن.

435 حسب المحاسبة الإدارية -2-

مقرر المحاسبة الإدارية 2 مقرر يعمل على توضيح مفهوم التكاليف واتخاذ القرارات و الأساليب المحاسبية الحديثة التي تدعم الادارة العليا في اتخاذ القرارات يهدف المقرر الي اكساب الطالب المهارات المتعلقة باتخاذ القرارات الادارية ويهدف الي اكساب كيفية تحليل البيانات المالية باستخدام طرق إحصائية متقدمة وكيفية اعداد تقارير مالية مستقبلية تساعد في اتخاذ القرارات .

333 تسق إدارة العلاقات العامة

يهدف المقرر الي : توضيح دور العلاقات العامة كعنصر من عناصر المزيج الترويجي في بناء العلاقات الجيدة مع العملاء ، مع تعريف الطالب بآليات وخطوات العلاقات العامة داخل وخارج المنظمة، ودورها المهم في ادارة الازمات الطارئة على المؤسسة.

351 تسق سلوك المستهلك

يهدف المقرر الي : تعريف الطالب بطبيعة وخصائص المستهلكين، وكيفية تحديد احتياجات ورغباتهم، ومنهجية تحديد السوق المستهدفة للمنظمة، مع تدريب الطالب على كيفية تحقيق الرضاء للعملاء وكسب ولائهم للمؤسسة.

363 تسق نظم المعلومات التسويقية

يهدف المقرر إلى:

1. تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لنظم المعلومات التسويقية .
2. تعريف الطالب بعناصر نظم المعلومات التسويقية .
3. أن يفهم الطالب المستلزمات اللازمة لنظام المعلومات التسويقية .
4. تعريف الطالب بمكونات نظم المعلومات التسويقية .
5. أن يفرق الطالب بين أنواع نظم المعلومات التسويقية .
6. تعريف الطالب بدور نظم المعلومات التسويقية فى التخطيط الاستراتيجى والتخطيط للأنشطة التسويقية .
7. تعريف الطالب بدور نظم المعلومات التسويقية فى صنع القرارات التسويقية .
8. تعريف الطالب بنظام دعم القرارات التسويقية.
9. أن يتعرف الطالب على خصوصية البيانات التسويقية .

371 دار إدارة العمليات

يهدف المقرر إلى إعطاء فكرة شاملة عن مقرر إدارة العمليات والإنتاج من خلال الوقوف على كل ما يتعلق بالمقرر من النظريات والمفاهيم.

454 تسق الاتصالات التسويقية

يهدف المقرر إلى:

أن يعرف الطالب مفهوم وعناصر الاتصال التسويقي
أن يفرق الطالب بين أنواع وسائل الاتصالات التسويقية
أن يدرك الطالب التوجهات الحديثة في بيئة العمل والاستفادة منها عند تخطيط الاتصالات التسويقية المتكاملة للمنظمة

471 تسق ادارة التوزيع

يهدف المقرر إلى:

تعريف الطالب بماهية وطبيعة الإمداد والتوزيع،
كيفية التخطيط لإدارة التوزيع،
تدريب الطالب على كيفية اختيار قنوات التوزيع الملائمة لطبيعة ونشاط المنظمة،
شرح دور الوسطاء ومؤسسات التجزئة في ادارة التوزيع.

111 تسق قراءات مختارة فى التسويق باللغة الإنجليزية

This course aims to introduce the most important contemporary marketing issues in light of the ever-changing business environment, So that the student can be aware of all modern developments in the marketing fields.

361 تسق تسويق الخدمات

يهدف المقرر إلى:

- ١- تعريف الطالب بمفاهيم الخدمات وأنواعها وخصائصها .
- ٢- تعريف الطالب بأهمية نشاط التسويق في مؤسسات الخدمات
- ٣- تعريف الطالب باستراتيجيات تسويق الخدمات والمزيج التسويقي للخدمات.
- ٤- زيادة مهارة الطالب في مجال تسويق الخدمات

362 تسق استراتيجيات التسويق

يهدف هذا المقرر إلى :

- ١- تزويد الطالب بالمعارف والمهارات في مجال استخدام البحوث والمعلومات التسويقية في تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة.

- ٢- تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة التخطيط الإستراتيجي ومراحله.
- ٣- تعريف الطالب بأهمية التخطيط الإستراتيجي سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة.
- ٤- تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة إستراتيجية التسويق.
- ٥- تعريف الطالب بمفهوم وطبيعة وأبعاد إستراتيجيات عناصر المزيج التسويقي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة.
- ٦- تصحيح بعض المفاهيم والممارسات الخاطئة لدى الطالب والتي تتعلق بطبيعة وأبعاد التخطيط الإستراتيجي التسويقي

411 تسق إدارة المبيعات

يهدف المقرر إلى التعريف بإدارة المبيعات و مهارة إعداد الهيكل التنظيمي لإدارة المبيعات واختيار وتصميم نقاط البيع إلى جانب التطرق إلى القوى البيعية وتدريبها وتحفيزها

455 تسق إدارة المنتجات

يهدف المقرر إلى التعريف بعملية إدارة المنتجات السلعية والخدمية وآليات التخطيط والتطوير للمنتجات القائمة أو المنتجات الجديدة في ضوء دورة حياة المنتج وطبيعة العرض والطلب.

342 تسق بحوث التسويق

الهدف الأساسي من هذه المادة هو إكساب الطالب القدرة على إجراء الأبحاث التسويقية وعلى تقييم هذه الأبحاث حيث سيتم تقديم وشرح المفاهيم الأساسية لإجراء البحوث التسويقية وذلك من خلال عرض عملية البحوث التسويقية التي تتكون من تحديد المشكلة، تصميم البحث، تحديد مصادر المعلومات، تحديد أدوات جمع المعلومات، وتصميم واختيار العينات، جمع البيانات، تحليل البيانات، وكتابة التقرير النهائي.

352 تسق التسويق الدولي

يهدف هذا المقرر إلى:

- 1- تعريف الطلاب بمفهوم التسويق الدولي، واختلافه عن التسويق المحلي.
- ٢- توضيح عوامل البيئة الدولية في الجوانب الاقتصادية والثقافية والسياسية والاجتماعية والتنافسية وتأثيرها في قرارات الشركات لدخول الأسواق الدولية.

٣- تعريف الطلاب باستراتيجيات التسويق الدولي المتعلقة بالتوسع في الأسواق الدولية وتحليل الأسواق الدولية واختيار الأسواق الدولية وسياسات المنتجات الدولية وتسعيرها، وترويجها، وتوزيعها.

488 تسق قضايا تسويقية معاصرة

يهدف هذا المقرر إلى:

- (١) تعريف الطالب بمفهوم التخصيص الواسع و التسويق المجهري ومجالات تطبيقهما،
- (٢) تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم التسويق الشبكي أو الفيروسي،
- (٣) تعريف الطالب بأهمية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الحديثة،
- (٤) تصحيح بعض المفاهيم والممارسات الخاطئة لدى الطالب والتي تتعلق بطبيعة وأبعاد التسويق الأخضر أو التسويق البيئي،
- (٥) تعريف مفهوم حماية المعلومات الشخصية وعلاقتها مع التسويق
- (٦) تعريف مفهوم التسويق السياسي والتسويق الذاتي

491 تسق مشروع التخرج

يهدف مقرر مشروع التخرج الى تنمية وتطوير قدرات الطالب على استثمار ما يمتلكه من معارف ومهارات أثناء دراسته في المستويات السابقة في تخصص التسويق واخراج ذلك في شكل مخرج يقيس مدي الاستفادة العلمية للطلاب، مع اعطاء فرصة للطلاب على الابداع والابتكار بأفكار غير تقليدية مستمدة من دراساته السابقة، وتدريب الطلاب على العمل التعاوني في حالة العمل في فريق عمل.