

Syllabus المادة التعليمية			
اسم المادة: التسويق			
الميدان:	علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير	الفرع الشعبة:	علوم التسيير
التخصص:	جذع مشترك	المستوى:	الثانية ليسانس
السداسي:	الرابع	السنة الجامعية:	2023/2022
التعرف على المادة التعليمية			
اسم المادة	التسويق	وحدة التعليم	أساسية
عدد الأرصدة	6	المعامل	3
الحجم الساعي الأسبوعي	4.5 ساعة	المحاضرة (عدد الساعات فيالأسبوع)	3 ساعة
أعمال م/تط (عدد الساعات في الأسبوع)	/	أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	1.5 ساعة
مسؤول المادة التعليمية			
الاسم، اللقب	عبد الحميد برحومة	الرتبة	أستاذ
تحديد موقع المكتب	مخبر الكلية	البريد الالكتروني	Abdelhamid.berrehouma@univ-msila.dz
رقم الهاتف	0770 16 51 92	توقيت الدرس ومكانه	الثلاثاء – 15.30-14.00 - مدرج 13.
وصف المادة التعليمية			
المكتسبات	⦿ الإلمام ببعض المفاهيم والمبادئ الاقتصادية والادارية؛		
الهدف العام للمادة التعليمية	⦿ تمكين الطالب من اكتساب قاعدة قوية تسهل عليه تطوير قدراته الإدراكية والتصورية والتحليلية والتفسيرية لمختلف الظواهر والسلوكيات التسويقية؛ ⦿ تمكين الطالب من القدرة على تحليل ومعالجة الظواهر التسويقية وفق مقارنة مفهوم التسويق الحديث؛ ⦿ التعرف على الأساليب والأدوات التي تساعد في أداء الأنشطة التسويقية		
أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)	اكتساب الطالب لمهارات تسمح له ب: ⦿ التحكم في المفاهيم التسويقية الأساسية؛ ⦿ القدرة على اتخاذ قراراته الصحيحة ⦿ القدرة على فهم السلوكيات الاستهلاكية والإنتاجية الفردية وكذا الربط ما بين السلوكيات الفعلية والنظرية؛		
محتوى المادة التعليمية			
المحور الأول	ماهية التسويق		
المحور الثاني	البيئة التسويقية		

المحور الثالث	سلوك المستهلك
المحور الرابع	المزيج التسويقي
المحور الخامس	سياسة المنتج
المحور السادس	سياسة السعر
المحور السابع	سياسة الترويج
المحور الثامن	سياسة التوزيع
المحور التاسع	أنماط التسويق

طريقة التقييم

الوزن النسبي للتقييم			العلامة		التقييم بالنسبة المئوية
60 %	60 %	وزن المحاضرة	20/20		امتحان
20 %	40 %	وزن الأعمال الموجهة والتطبيقية	20	10	امتحان جزئي 1
-				-	أعمال موجهة (البحث: إعداد/إلقاء)
-				-	أعمال تطبيقية
-				-	المشروع الفردي
-				-	الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
-				-	خرجات ميدانية
06 %				3	المواظبة (الحضور / الغياب)
14 %				7	عناصر أخرى (المشاركة)

بالنسبة للمواد التي تدرس في شكل محاضرات أو أعمال موجهة/تطبيقية أو طبيعة تقييمها امتحان و مراقبة مستمرة يقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة:

معدل المادة	نقطة المحاضرة * 0.6 + نقطة الأعمال الموجهة * 0.4 =
Moy.M	= (Note Ex * 0.6) + (Note Td * 0.4)

المصادر والمراجع (موحدة وطنيا)

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر والسنة
مبادئ التسويق	فيليب كوتلر + جاري أرمنسترونج	مكتبة لبنان ناشرون-2019-

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

- أسعد طلعت عبد الحميد (2018)، **التسويق الفعال**، مكتبة الشقري للنشر والتوزيع، السعودية.
- فيليب كوتلر وآخرون، **التسويق -**، مكتبة علاء الدين دمشق، 2004.
- فيليب كوتلر + جاري أرمنسترونج، **أساسيات التسويق**، دار المريح للنشر، الرياض، 2007
- عمر بن حمدو الحمود (2006)، **تقنيات التسويق**، ط1، دار شعاع للنشر والتوزيع، سوريا.
- كاترين فيتو ترجمة وردية واشد (2008)، **التسويق**، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان.
- مايكل إيتزل، وليام ستانتون (2006): **التسويق**، مكتبة لبنان ناشرون، لبنان.

التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة

الأسبوع	محتوى المحاضرة	التاريخ
الأسبوع الأول	● م1: ماهية التسويق: – مدخل عام للتسويق؛ – التعرف على الأسئلة المهمة في التسويق.	
	–	
الأسبوع الثاني	● م1: فلسفة الأعمال التسويقية:	
الأسبوع الثالث	● م1: البيئة التسويقية	
الأسبوع الرابع	● م1: سلوك المستهلك: ❖ ماهية السلوك الشرائي ومراحله ❖ العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك	
الأسبوع الخامس	● م1: سياسة المنتج 1: ❖ ماهية المنتج ❖ تصنيف المنتجات	
الأسبوع السادس	● م1: م1: سياسة المنتج 2: ❖ مزيج المنتجات ❖ دورة حياة المنتج	
الأسبوع السابع	● م1: سياسة السعر:	

	◉ م1: سياسة الاتصالات المكتملة 01 ؟ ◉	الأسبوع الثامن
	◉ م1: سياسة الاتصالات المكتملة 01 ؟	الأسبوع التاسع
	◉ سياسة التوزيع	الأسبوع العاشر
	◉ م1: تحليل سلوك المنتج (الإنتاج):	الأسبوع الحادي عشر
	◉ م1: تحليل سلوك المنتج (الإنتاج):	الأسبوع الثاني عشر
	◉ م1: سياسة الترويج:	الأسبوع الثالث عشر
	◉ م1: أنماط التسويق: ❖ تسويق الخدمات ❖ تسويق الأعمال (الصناعي) ❖ التسويق العالمي	الأسبوع الرابع عشر

	● م1:مراجعة عامة لمحتوى المادة تحضيراً للامتحان. ● م2:مراجعة عامة لمحتوى المادة تحضيراً للامتحان.	الأسبوع الخامس عشر
	● امتحان نهاية السداسي. ● الامتحان الاستدراكي للمادة.	
تحده الإدارة		
تحده الإدارة		
الأعمال الشخصية المقررة للمادة		
1. مناقشة البحوث خلال حصص الأعمال الموجهة؛ 2. القيام بحل تمارين مقدمة على شكل واجبات منزلية؛ 3. استجواب تقييبي؛ 4. تقديم بطاقة قراءة لمحور كتاب في التسويق. 5. تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodle. 6. الحضور والتفاعل في منصة Moodle. 7. إنشاء دردشة ومنتدى في منصة Moodle للتعليم الالكتروني.		
مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية		
رئيس القسم	مسؤول الميدان	الأستاذ مسؤول المادة
		نائب العميد الملّكف بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات
ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية		