Fezzan University Faculty of Economics and Accounting Department of Business Administration



جامعة فزان كلية الاقتصاد والمحاسبة قسم إدارة الأعمال

1. معلومات عامـــــة:

| إدارة التسويق 360-EM | اسم المقرر الدراسي | 1 |
|----------------------------|---------------------------------------|---|
| د بشیر محمد عبدالله المصلح | منسق المقرر | 2 |
| ادارة الاعمال | القسم / الشعبة التي تقدم البرنامج | 3 |
| ادارة الاعمال | الأقسام العلمية ذات العلاقة بالبرنامج | 4 |
| 42 ساعة | الساعات الدراسية للمقرر | 5 |
| العربية | اللغة المستخدمة في العملية التعليمية | 6 |
| الثالثة/ الفصل الاول | السنة الدراسية/ الفصل الدراسي | 7 |
| مجلس القسم والكلية | تاريخ وجهة اعتماد المقرر | 8 |

1.1 عدد الساعات الأسبوعية:

| المجموع 3 | التدريب / | / | المعامل | 3 | المحاضرات |
|-----------|-----------|---|---------|---|-----------|
|-----------|-----------|---|---------|---|-----------|

2-أهـداف المقرر:

2. اكساب الطلاب مهارات التسويق الحديث.

3. تعريف الطلاب كيفية تحليل البيئة التسويقية.

4. إدار كالطلاب أهمية التسويق الأخلاقي المستدام في التنمية طويلة الأجل.

3-محتوى المقرر:

| تمارين | معمل/ | نظري | عدد | الموضوعات | |
|--------|-------|------|---------|--------------------------------------------------------|-----|
| | مختبر | , | الساعات | | |
| | | 3 | 3 | مقدمة في إدارة التسويق المفاهيم والأهمية. تطور الفكر | .1 |
| | | | | التسويقي. | |
| | | 3 | 3 | البيئة التسويقية. | .2 |
| | | 3 | 3 | سلوك المستهلك. | .3 |
| | | 3 | 3 | بحوث التسويق وأهميتها في اتخاذ القرار | .4 |
| | | 3 | 3 | تجزئة السوق واختيار الأسواق المستهدفة. | .5 |
| | | 3 | 3 | المزيج التسويقي -المنتج | .6 |
| | | 3 | 3 | المزيج التسويقي -التسعير | .7 |
| | | 3 | 3 | المزيج التسويقي -التوزيع | .8 |
| | | 3 | 3 | المزيج التسويقي -الترويج | .9 |
| | | 3 | 3 | استر اتيجيات التسويق الحديثة -التسويق الرقمي والعلاقات | .10 |
| | | 3 | 3 | التسويق المستدام والمسؤولية الاجتماعية | .11 |
| | | 3 | 3 | الخطة التسويقية وتطبيقات عملية. | .12 |

4-طرق التعليم والتعلم:

محاضرات .
 تمرینات مناقشات.

5-طرق التقييم:

| ملاحظات | النسبة المئوية | تاريخ التقييم | طرق التقييم | Ü |
|---------|----------------|---------------|------------------|--------|
| | %15 | منتصف الفصل | الامتحان النصفي | 1 |
| | %5 | دور ي | الامتحان الشفهي | 2 |
| | %5 | دور ي | المشاركة | 3 |
| | %5 | دور ي | الحضور والغياب | 4 |
| | %70 | نهاية الفصل | الامتحان النهائي | 5 |
| | %100 | | ع. | المجمو |

6-المراجع والدوريات:

المراجع

| | 1. العارف، محمد (2022). إدارة التسويق الحديثة. دار الملتقي. |
|----|--------------------------------------------------------------------|
| 2. | Kotler,P,K.L 2022. Marketing management 16th Edition. Person |
| 3. | Armstrong, G&Kotler,P 2021 Marketing;An introduction. 14th Edition |

رئيس القسم/ أ. فتحية يعقوب مروان منسق الجودة بالقسم/ د.حسن بشير حسن رئيس مكتب ضمان الجودة/ أ.مسعود على بلحاج