السداسي : الرابع

وحدة التعليم :أساسية

المادة : أساسيات التسويق

الرصيد: 5

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم: تهدف المادة إلى تزويد الطالب بما يلي:

- معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق ومراحل تطوره
- معرفة عناصر المزيج التسويقي وأهميته في نجاح المنظمة.
- معرفة دور التسويق في بيئة المؤسسة التنافسية.
- معرفة أهم مجالات تطبيق الممارسات التسويقية.
- معرفة اهم استراتيجيات مختلف عناصر المزيج التسويقي

المعارف المسبقة المطلوبة

بعدما يكون الطالب قد درس مادة " اقتصاد المؤسسة" في السداسي الثاني من السنة الأولى عليه أن يكون ملما بالمفاهيم الأساسية التالية: ماهية المؤسسة. ماهية بيئة المؤسسة. معرفة وظائف المؤسسة. وظائف الإدارة في المؤسسة.

محتوى المادة:

المحور الأول: مدخل إلى التسويق (معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق ومراحل تطوره ، وظيفة التسويق داخل المؤسسة)

المحور الثاني: البيئة التسويقية و تقسيم السوق والاستهداف والتموقع

المحور الثالث: نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق

المحور الرابع: أسواق المستهلكين والسلوك الشرائي

المحور الخامس: أسواق الأعمال وسلوك المشتري الصناعي

المحور السادس: الرضا وولاء الزبائن وبناء علاقات العميل

المحور السابع: استراتيجيات المنتج (قرارات المنتج، التعبئة والتغليف، استراتيجيات تطوير منتج جديد)

المحور الثامن: استراتيجيات التسعير

المحور التاسع: استراتيجيات التوزيع (قرارات التوزيع، قنوات التوزيع وإدارة سلاسل العرض)

المحور العاشر: استراتيجيات الترويج (أنواع المزيج الترويجي)
المحور الحادي عشر: أنواع التسويق
المحور الثاني عشر: إدارة العلامة التجارية وصورة المؤسسة
المحور الثالث عشر: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق

طريقة التقييم: تقيم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس(60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- Philip Kotler& Kevin Lane Keller& Bernard Dubois& Delphine Manceau, Marketing
- Management: 12emeédition , Pearson Education Paris, France, 2006.
- Philip Kotler, Gary Armstrong: (2016) Principles of Marketing 16th Edition..Pearson Education Paris, France.
- Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose (2008) «marketing stratégiqueet opérationnel» : du marketing à l'orientation-marché: 7eedition, Dunod, Paris,France.
- أساسيات التسويق-، تعريب م.سرور علي إبراهيم ، الكتاب الأول،فيليب كوتلر، دار الفكر المريخ للنشر الجامعي، الرياض، 2007.
- زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للطباعة والنشر،2011.
- خالد الراوي، حمود السند(2000)" مبادئ التسويق الحديث"، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،
- محمد صالح المؤذن(2002)"مبادئ التسويق"، الطبعة الأولى، عمان- الأردن.
- إياد عبد الفتاح النسور (2013) "إدارة التسويق"، الطبعة الأولى دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان- الأردن.