

أهداف المقرر :

يهدف هذا المقرر إلى تأهيل الطالب بالمبادئ والمهارات الأساسية لإدارة التسويق وإعطائه فكرة متكاملة عن التسويق ونشاطاته المختلفة والتوجيهات الحديثة في ذلك بطريقة سهلة ومسيرة. في سبيل ذلك يشرح هذا المقرر معنى التسويق ومفاهيمه وتطوراته المختلفة كما يتناول العديد من المواضيع المتعلقة بذلك كالبئية التسويقية وسلوك المستهلك وبحوث التسويق بالإضافة شرح ومناقشة كافة العناصر المكونة للمزيج التسويقي. وبذلك يتمكن الطالب من الإلمام بالمبادئ والأساسيات اللازمة في مجال إدارة التسويق مع التركيز على ربط هذه المعلومات بالمستجدات في هذا الموضوع وبما يدور في واقع السوق.

الموضوعات الرئيسية:

سيتناول المقرر العديد من الموضوعات الأساسية في التسويق والتي تشمل ما يلي:

الفصل الأول:	التسويق .. المفاهيم والتطور والمكونات
الفصل الثالث:	سلوك المستهلك النهائي
الفصل الرابع:	قرار الشراء لدى المستهلك
الفصل السادس:	التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية
الفصل السابع:	المعلومات التسويقية وبحوث التسويق
الفصل التاسع:	استراتيجيات تحديد السوق المرتقة والتعامل معها
الفصل الحادي عشر:	السلع والخدمات
الفصل الثاني عشر:	إدارة مزيج المنتجات
الفصل الثالث عشر:	التسعير .. أهميته ومداخله
الفصل الرابع عشر:	إدارة الأسعار
الفصل الخامس عشر:	سياسات التوزيع
الفصل السابع عشر:	الاتصالات التسويقية .. المفاهيم والاستراتيجية
الفصل الثامن عشر:	سياسات الإعلان

المراجع:

- المرجع الرئيسي: د. طلعت أسعد ، التسويق الفعال
- المحاضرة: إضافة إلى الكتاب المقرر تعتبر المحاضرة مرجع رئيسي.
- بعض القراءات الإضافية التي تحدد في وقتها

مواعيد الاختبارات:

- الاختبار الفصلي الأول
 - الاختبار الفصي الثاني
 - الاختبار النهائي
- يحدد من قبل الجامعة

توزيع الدرجات:

- الاختبار الفصلي الأول 25%
- الاختبار الفصلي الثاني 25%
- حضور ومشاركة 10%
- الاختبار النهائي 40%

ملاحظات هامة:

- إضافة إلى المذكرات المقررة تعتبر المحاضرة مرجع رئيسي.
- الحضور جزء مهم من تقييم الطالب ولا يقبل أي عذر للغياب.
- لا تعطى اختبارات بديلة مهما كان العذر.
- يمنع استخدام الجوال وقت المحاضرة وخصوصاً الاختبار ((وتعتبر محاولة غش)).

أ. الوليد إدريس