



## جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

### خطة تدريس المادة

#### Course Syllabus

المادة: قضايا تسويقية معاصرة	رمز المادة: 0350433
مستوى المادة: الرابع	المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: مبادئ التسويق
موعد المحاضرة:	الساعات المعتمدة: 3 ساعات

عضو هيئة التدريس				
الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

#### وصف المادة:

يهدف هذا المساق الى تعريف الطالب بالموضوعات التسويقية الحديثة والمعاصرة والقضايا المستجدة في مجال التسويق من خلال بحثها ومناقشتها وفق المنهج العلمي.

#### أهداف المادة:

يهدف هذا المساق الى:

- 1- تعريف الطلبة بالمفاهيم المتعلقة بالتسويق الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية وبيان ابرز المواضيع التي يتناولها.
- 2- تعريف الطلبة بماهية حماية المستهلك وبيان حقوقه واهدافها وابعادها والمجالات التي يتم بها الإخلال بحماية المستهلك.
- 3- تعريف الطلبة بالتطور التاريخي لمفهوم التسويق الأخضر واهدافه وابعاده ومزيهه وبيان متطلبات تطبيقه وعناصر المزيج التسويقي الأخضر الداخلي والخارجي.
- 4- تعريف الطلبة بمفهوم التسويق الشبكي وما الفرق بينه وبين التسويق الهرمي.
- 5- تعريف الطلبة بمفهوم التسويق العكسي وانواعه وبيان الهدف والسبب من استخدام هذه الإستراتيجية وكيفية تنفيذ هذه المنهجية.
- 6- تعريف الطلبة بالتسويق الوردي (النسائي) وبيان احتياج المجتمعات العربية إلى هذا النوع من التسويق واستعراض تجارب ناجحة للتسويق النسائي وحالات عملية.
- 7- تعريف الطلبة بالتسويق العصبي ودراسة الآراء المعارضة والمؤيدة لتقنيات التسويق العصبي.
- 8- تعريف الطلبة بمفهوم التسويق السياسي وعناصر المزيج التسويقي السياسي والأطر العامة لهذا النوع من التسويق.
- 9- تعريف الطلبة بمفهوم التسويق العقاري واصنافه والمراحل الأساسية لتسويق المنتج العقاري وبيان خصائص وصفات العقارات.
- 10- تعريف الطلبة بمفهوم التسويق الرياضي واهميته وخصائصه والعوامل المؤثرة فيه ومجالات التسويق في صناعة الرياضة.
- 11- تعريف الطلبة بالتسويق عبر التقنيات الحديثة وهي: التسويق الفيروسي والبريد الإلكتروني والرسائل النصية (SMS) ومواقع التواصل الاجتماعي والبيع المتقاطع والبيع البديل

#### مكونات المادة:

- 1-المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) برامج وثائقية، برامج مساعدة، محاضرات وندوات اضافية ورشات عمل خارجية وداخلية.

2-القراءات الإضافية: المراجع العلمية في المكتبة، المواقع الالكترونية، الارشاد العلمي من قبل الاستاذ المتخصص.

3-دليل دراسة المادة : حسب الخطة العلمية الموزعة على الطلبة والتي تحتوي على كافة المعلومات بالاضافة الى ارشاد مدرس المادة والواردة في النشرة المعدة للمادة.

4-دليل الواجبات / الوظائف، التجارب العلمية: مرفق في الخطة الدراسية وفق برنامج زمني موضح ومحدد لهذه الغاية وبشكل اسبوعي

### طرق التدريس:

محاضرات، مجموعات نقاش، مجموعات تدريس، حل مسائل، مناظرات، تمارين، حلقات بحث، ورشات عمل، أنشطة ميدانية

### نتائج التعلم Learning outcomes

#### 1-المعرفة والفهم Knowledge and understanding

تعزيز معرفة الطالب بالموضوعات التسويقية الحديثة والمعاصرة والقضايا المستجدة في مجال التسويق من خلال بحثها ومناقشتها وفق المنهج العلمي.

#### 2-مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار Cognitive skills

تتم تنمية مهارات الادراك ومحاكاة الافكار من خلال:

-الحالات الدراسية

-التمارين الصفية التطبيقية

-الرحلات الميدانية

-حلقات النقاش والبحث

#### 3-مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص Communication skills)

يتم التواصل والاتصال من خلال:

-المحاضرات المباشرة

-الساعات المكتبية للمدرس

-البريد الالكتروني

-الموقع الخاص لعضو الهيئة التدريسية

#### 4-مهارات عملية خاصة بالتخصص والمهنة ذات العلاقة (Transferable Skills) Practicaland professional skills

-تتم هذه العملية من خلال استضافة خبير خارجي متخصص في هذا المجال وايضا تنظيم زيارات الى مواقع العمل ذات التخصص لتنمية مهارات التخصص .

-المشاركة والتنظيم في ورشات عمل ذات علاقة اما ان تكون داخلية او خارجية

-مساق التدريب الميداني وما يقدمه من فرصة ممارسة التدريب وتقوية المهارات العملية

### أدوات التقييم:

-تقارير، أبحاث قصيرة، مشاريع بحث

-امتحانات قصيرة

-واجبات وتحضير المادة والتقديم امام الطلبة

-تقديم شفوي للأبحاث والتقارير

-امتحانات فصلية ونهائية

### الأمانة العلمية والتوثيق

1- أسلوب التوثيق (مع أمثلة توضيحية) المحاضر والكتب الرسمية، التصوير ، كتابة التقارير  
 في حالة اقتباس اي معلومه عند اعداد تقارير او عرض أو بحث, يجب اتباع اسلوب التوثيقي التالي APA Style :  
المقالات في المجلات العلميه: المؤلف. (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله, مجلد (عدد), رقم الصفحه من-الى.  
 مثال:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. Psychology and Marketing, 20 (2), 99-121.

الكتب: المؤلف. (سنة النشر). عنوان الكتاب (الطبعه). المدينه: دار النشر، مثال:

Kotler, P. (2000). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.

المواقع الالكترونيه: الموقع الالكتروني (السنة). العنوان. متاح في الموقع الالكتروني..... حصل عليه في تاريخ .../.../....

مثال:

Alexa (2012). Top sites-shopping. Available in www.alexa.com. Obtained 5/10/2012.

2-إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لأصحابها بالطرق الرسمية والقانونية  
 2-الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكاتب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على  
 الأمانه العلميه. ويتم ذلك بنسب اي معلومه, نموذج, جدول الخ.. الى صاحبها سواء في النص أو في المراجع , بالطرق المذكوره  
 اعلاه . ويجب الابتعاد عن تصوير الكتب أو أجزاء منها من غير الرجوع الى المؤلف.

توزيع العلامات على أدوات التقييم	
الدرجة	أدوات التقييم
20	الامتحان الأول
20	الامتحان الثاني
40	الامتحان النهائي
20	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة / الحضور والغياب
100	المجموع

- طريقة التعليم:  محاضرة 50%  بحث 20%  عملي 30%
- أسلوب الإمتحان:  كتابي  شفهي  كتاب مفتوح

#### توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساندة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	التسويق الاجتماعي	الامتحان القبلي
الثاني	حماية المستهلك	زيارة المكتبة والتعرف على المراجع المخصصة لهذه المادة
الثالث	التسويق الأخضر	حالة دراسية

الرابع	التسويق الشبكي	حلقة نقاش
الخامس	التسويق العكسي	اختبار لمعرفة الطلبة باهم القضايا التسويقية المعاصرة
السادس	التسويق الوردي (النسائي)	الامتحان الأول حل ومناقشة الامتحان وتوزيع العلامات
السابع	التسويق العصبي	حالة دراسية
الثامن	التسويق السياسي	زائر خارجي
التاسع	التسويق العقاري	تقرير حول زيارة الضيف والمواضيع التي تناولها
العاشر	التسويق الرياضي	تطبيقات وامثلة من واقع السوق الصحي الاردني
الحادي عشر	التسويق الفيروسي	الامتحان الثاني حل ومناقشة الامتحان وتوزيع العلامات
الثاني عشر	التسويق باستخدام البريد الالكتروني	دراسة مقارنة للاسعار
الثالث عشر	التسويق باستخدام خدمة الرسائل القصيرة	زيارة ميدانية للمستشفى
الرابع عشر	التسويق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	تقرير عن الزيارة
الخامس عشر امتحان تجريبي (اختياري)	البيع المتقطع	اختبار تجريبي
السادس عشر	الامتحان النهائي	مراجعة مع الاستاذ مكتبيا لمن يرغب

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس

#### **سياسة الحضور والغياب:**

لا يسمح للطلاب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.

#### **المراجع العلمية للمادة**

الكتــــب: العلاق، بشير، قضايا تسويقية معاصرة -. عمان: دار اليازوري للنشر و التوزيع،

2010

Journals

الدوريات العلمية

Journal of Marketing

Journal of International Marketing and Marketing Research

Websites

المواقع الإلكترونية

[www.emerald-library.com](http://www.emerald-library.com)

[www.esrc.ac.uk](http://www.esrc.ac.uk)