

**توصيف مقرر دراسي**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **قسم:** | | **كلية:إدارة الاعمال** | | |
| CBFC106 | رمز المقرر: | Principles of Marketing | | اسم المقرر: مبادئ التسويق |
| - | المتطلب السابق: | عملي: - | نظري:3 | الساعات المعتمدة:3 |

|  |  |
| --- | --- |
| **التوصيف** | |
| يتناول هذا المقرر وظائف التسويق في عالم الأعمال. ويتعلم من خلاله الطلاب كيف يمنح المسوقون منافعاً للمستهلكين عند إشباع حاجاتهم ورغباتهم، وكيف تُحدد القطاعات السوقية التي تستطيع المنظمة أن تشبع حاجاتها بالشكل الأفضل، بالإضافة إلى تحديد المنتجات والبرامج الأفضل لهذه الأسواق. كما تتضمن المواضيع التي يتناولها هذا المقرر مدخلاً للعديد من المواضيع مثل تطوير المنتجات والعلامات التجارية واستراتيجيات التسعير وبحوث التسويق والترويج بالإضافة إلى التوزيع وتسويق الخدمات.  كما يتعرف الطالب من خلال المقرر على المفاهيم الأساسية للتسويق ومراحل تطوره وأسباب ازدياي الاهتمام به, ودراسة عناصر المزيج التسويقي بالتفصيل , والاستراتيجيات المتعلقة بدخول الأسواق المستهدفة وكيفية التعامل معها ,كما يتعرف الطالب على مفاهيم المنافسة المباشرة والبديلة والاختيار الأمثل للاستراتيجية التنافسية.  أضافة لتعريف الطالب بالسلوك الشرائي للمستهلك والية عمل صنع القرار الشرائي والعوامل المؤثرة فيه ، كما يتعرف الطالب على أهمية المعلومة التسويقية, وذلك من خلال دراسة نظم المعلومات التسويقية والتركيز عل كيفية اجراء بحث تسويقي , وسيقوم الطالب بالتمييز بين التسويق المادي والخدمي من خلال دراسة ميزات التسويق الخدمي , وسيتم إعطاء الطالب أفكارا هامة عن كيفية إدارة العلامة التجارية في الأسواق. | |
| **المحتوى** | |
| |  |  | | --- | --- | | **التوزيع الزمني لمفردات المقرر: الأسبوع** | | | 1 | **مفهوم التسويق** | | 2 | بيئة التسويق | | 3 | نظام المعلومات التسويقية | | 4 | دراسة السوق | | 5 | سلوك المستهلك وقرارات الشراء | | **6** | **الاختبار الأول** | | 7 | **تخطيط المنتجات** | | 8 | التسعير | | 9 | التوزيع | | 10 | الاتصالات التسويقية والمزيج الترويجي | | 11 | الاعلان | | **12** | **الاختبار الثاني** | | 13 | البيع الشخصي- العلاقات العامة - تنشيط المبيعات | | 14 | المنافسة | | 15 | العلامة التجارية | | **16** | **الامتحان النهائي** | | |
| **المراجع** |
| 1. Text books:   Kotler P., Armstrong G., “Principles of Marketing”, Prentice Hall, 16th Edition, 2015  ISBN: 0-13-262254-8.   1. Additional recommended references:   David jobber., “principles and practice of marketing“. 8TH Edition, 2013  ISBN: 978-0-0771-7414-9   1. Periodic and publications: Journal of marketing |