

توصيف مقررات قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية

اسم المقرر	السنة الدراسية
مدخل إلى التسويق	الأولى
إدارة التسويق	الثالثة
تجارة دولية	الثالثة
إدارة التفاوض	الثالثة
سلوك المستهلك	الرابعة
إدارة المنتج والعلامة	الرابعة
إدارة المبيعات	الرابعة
اتصالات تسويقية متكاملة	الرابعة
بحوث التسويق	الرابعة
تسويق الخدمات	الرابعة
التسويق الاستراتيجي	الخامسة
التسويق الالكتروني	الخامسة
التسعير والتوزيع	الخامسة
التسويق الدولي	الخامسة
دراسات الجدوى الاقتصادية	الخامسة

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	مدخل إلى التسويق
السنة:	الأولى
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر الدراسي إلى تعريف الطالب بشكل عام بأهم أساسيات علم التسويق لتكوين أرضية وخلفية قادرة على التعامل مع أي تخصص ضمن هذا العلم.

محتوى المقرر:

- مقدمة عن علم التسويق
- البيئة التسويقية
- تجزئة السوق
- سلوك المستهلك
- البحوث التسويقية
- سياسات وقرارات السلع
- تطوير المنتجات الجديدة
- تسويق الخدمات
- التسعير
- التوزيع
- الترويج
- التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	إدارة التسويق
السنة:	الثالثة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر إلى التعريف بمفهوم إدارة التسويق و سبر أهم الأدوات المتاحة للمسوق لتطبيق الاستراتيجيات والسياسات التسويقية.

محتوى المقرر:

- تعريف التسويق والإجراءات التسويقية
- أهمية ودور إدارة التسويق
- تطوير الاستراتيجيات التسويقية
- الخطط التسويقية
- التجزئة والاستهداف
- استراتيجيات المنتج والعلامة
- استراتيجيات التسعير
- إدارة قنوات التوزيع
- إدارة الاتصالات التسويقية

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	تجارة دولية
السنة:	الثالثة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر إلى التعرف على نظريات التجارة الدولية ، ودراسة معدل التبادل الدولي والسياسة التجارية وميزان المدفوعات وسعر الصرف، كما يعرض أهم الهيئات الاقتصادية الدولية.

محتوى المقرر:

- نظريات التجارة الدولية
- معدل التبادل الدولي والسياسة التجارية
- ميزان المدفوعات
- سعر الصرف
- الهيئات الاقتصادية الدولية

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	إدارة التفاوض
السنة:	الثالثة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر إلى معرفة مبادئ وأسس التفاوض واستراتيجياته وكيف تتم لعبة التفاوض.
محتوى المقرر:	<ul style="list-style-type: none">➤ تحليل التفاوض - الإطار العام للتفاوض (الثقافة المحيطة).➤ تحليل التفاوض - نظرية الألعاب والقرارات، لعبة الصفقات (المساومة) (Bargaining Games).➤ تحليل التفاوض - نظام التفاوض في المنظمات.➤ أثر العلاقات على التفاوض.➤ ترميز التفاوض.➤ التأثير التبادلي للتفاوض.

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	سلوك المستهلك
السنة:	الرابعة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر الدراسي إلى إعطاء الطالب جملة من المفاهيم الشاملة فيما يتعلق بالعوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على سلوك المستهلك وكيف يتخذ المستهلك قراراته الشرائية في مختلف المواقف.

محتوى المقرر:

- المقدمة
- عملية صنع القرار الشرائي
- نماذج سلوك المستهلك
- العوامل الداخلية المؤثرة على سلوك المستهلك
 - الدوافع
 - الإدراك والتعلم
 - الاتجاهات
 - الشخصية
- العوامل الخارجية المؤثرة على سلوك المستهلك
 - الثقافة والثقافات الفرعية
 - الطبقة الاجتماعية
 - الجماعات المرجعية
 - الأسرة
- المزيج التسويقي

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	إدارة المنتج والعلامة
السنة:	الرابعة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف هذا المقرر إلى توضيح كيفية إدارة المنتجات ، ودراسة القرارات المتعلقة بالمنتج، وطرق تقييم محفظة المنتجات ، وتطوير المنتجات الجديدة، واستبعاد المنتج من محفظة المنتجات

محتوى المقرر:

- أنواع القرارات المتعلقة بالمنتج
- دورة حياة المنتج والاستراتيجيات التسويقية
- تقييم محفظة المنتجات
- تطوير المنتجات الجديدة
- الأنشطة التي تسبق تطوير المنتجات الجديدة
- تطوير، اختبار، تقديم المنتج الجديد
- انتشار المنتجات الجديدة
- تحديد المنتجات الضعيفة
- تقييم المنتجات الضعيفة واستراتيجيات استبعادها

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	إدارة المبيعات
السنة:	الرابعة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر إلى التعريف بمفهوم إدارة المبيعات و دورها في تخطيط القوى البيعية و تخطيط النشاط البيعي وتقييم أدائه

محتوى المقرر:

- مقدمة عامة تعريفية في التسويق وإدارة المبيعات
- تنظيم إدارة المبيعات
- مديرو البيع والتسويق
- البيع الشخصي
- اختيار مندوبي البيع وتوظيفهم
- تنمية مهارات مندوبي البيع
- تعويض مندوبي البيع ومكافآتهم
- المبيعات المتوقعة والتنبؤ بها
- الميزانية التقديرية للمبيعات
- تخطيط المناطق البيعية وتحديدها
- تخطيط الحصص البيعية وتحديدها
- تقييم أداء النشاط البيعي
- تقييم أداء مندوبي البيع
- إدارة إنتاجية المبيعات

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	الاتصالات التسويقية المتكاملة
السنة:	الرابعة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر إلى التعريف بمفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة ، كما يوضح آلية التخطيط للاتصالات التسويقية المتكاملة، ووسائل الاتصالات التقليدية والحديثة.

محتوى المقرر:

- دور الإعلان في إدارة العلامة التجارية والصورة الذهنية للمنظمة
- أثر الإعلان على السلوك الشرائي للمستهلك
- عملية التخطيط للاتصالات التسويقية المتكاملة
- إدارة الإعلان
- تصميم الإعلان
- وسائل الإعلان التقليدية
- البيع الشخصي
- تنشيط المبيعات
- التسويق التفاعلي
- العلاقات العامة ورعاية المناسبات
- شبكات التواصل الاجتماعي

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	بحوث التسويق
السنة:	الرابعة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر إلى التعريف بأهم مفاهيم وطرق بحوث التسويق. كما يسعى إلى تمكين الطلاب من تطبيق بعض طرق التحليل الإحصائية الأساسية على بياناتهم التسويقية.

محتوى المقرر:

- مدخل إلى بحوث التسويق
- تصميم البحث
- البحوث النوعية
- المسح والملاحظة
- التجربة
- القياس والمقاييس
- تصميم الاستبيان
- الإحصاء الوصفي، وجداول التقاطع، واختبار الفرضيات
- تحليل التباين
- الارتباط والانحدار

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	تسويق الخدمات
السنة:	الرابعة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر الدراسي إلى التركيز على الصعوبات والمشاكل المحيطة بعملية تسويق وإدارة الخدمة، وجعل الطالب أكثر وعياً لمجمل الأطراف المؤثرة على التفاعل وإدارة المواجهة مع العميل سواء الشركة الخدمية أو موظفي الخدمة و العميل نفسه.
محتوى المقرر:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ خصائص الخدمات ➤ تصنيف الخدمات ➤ تحليل عرض الخدمة ➤ إدارة توقعات العميل. ➤ جودة الخدمة ➤ معايير وتصاميم الخدمة ➤ إدارة العلاقة والمواجهة مع الزبون ➤ تصحيح فشل الخدمة والتعامل مع شكاوى العملاء ➤ البيئة المادية المحيطة بتقديم الخدمة ➤ استراتيجيات المواعمة بين الطاقة والطلب

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	التسويق الاستراتيجي
السنة :	الخامسة
عدد الساعات :	4 ساعات
الهدف :	يهدف هذا المقرر الدراسي إلى تزويد الطالب بالطرق اللازمة لتطوير الخطط التسويقية بطريقة فعالة واستراتيجية والتركيز على الحاجة لتطوير نظم لمراقبة البيئة المحيطة بالمنظمة قادرة على تحديد الميول والفرص والتهديدات في مرحلة مبكرة وكيف يجب أن تتوافر البنى التنظيمية والعقلية الإدارية التي تستطيع الاستجابة لتلك الفرص والتهديدات بسرعة وذكاء.
محتوى المقرر:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ التخطيط الاستراتيجي والخطط التسويقية ➤ الرؤية والمهمة والأهداف ➤ تعريف الأسواق واستراتيجيات القيمة ➤ التحليل الخارجي <ul style="list-style-type: none"> • تحليل العملاء • تحليل المنافسين • تحليل السوق والبيئة ➤ التحليل الداخلي ➤ الوجهة الإستراتيجية وصياغة الإستراتيجية ➤ تنفيذ الإستراتيجية ➤ الرقابة على التنفيذ والتقييم

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	التسويق الالكتروني
السنة:	الخامسة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر إلى التعريف بمفهوم التسويق الالكتروني وتطوره كأداة اقتصادية وإستراتيجية وتأثيره على المعاملات التسويقية و على الإدارة في الشركات أيضا يغطي المقرر المواضيع المتعلقة بالمزيج التسويقي الالكتروني

محتوى المقرر:

- مقدمة في التسويق الالكتروني
- الأعمال الإلكترونية
- نظام المعلومات التسويقية للأعمال الإلكترونية
- المنافسة بين منظمات الأعمال عبر الانترنت
- التسوق والشراء عبر الإنترنت
- التسويق الإلكتروني
- تخطيط وتطوير المنتجات عبر الإنترنت
- تسويق الخدمات عبر الإنترنت
- تسعير المنتجات المباعة عبر الإنترنت
- تصميم الموقع (المتجر عبر الإنترنت)
- التوزيع الإلكتروني عبر الإنترنت
- الترويج الإلكتروني عبر الإنترنت
- المجتمعات الافتراضية
- التخصيص والخصوصية وأمن المعلومات عبر الإنترنت

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	التسعير والتوزيع
السنة:	الخامسة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يسعى المقرر إلى شرح بعض المفاهيم الأساسية المرتبطة بالسعر وبأثره على المستهلك. كما يهدف المقرر إلى أن يكون مدخلاً نحو موضوع إدارة المتجر من حيث الموقع، والترتيب، والتصميم.

محتوى المقرر:

- مدخل إلى التسعير
- الأسس السلوكية لإدارة التسعير
- التسعير عبر مراحل حياة المنتج
- تسعير خط المنتجات
- مدخل إلى عالم التجزئة
- موقع المتجر
- تصميم وترتيب المتجر
- التسعير ضمن المتجر

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	التسويق الدولي
السنة:	الخامسة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر الدراسي إلى تكوين عقلية التسويق الدولي عند الطالب من خلال التعرف على الخصائص التي تميز هذا العلم عن التسويق المحلي، مثل دراسة البيئة الدولية، المستهلك الدولي، استراتيجيات دخول الأسواق الدولية، والمزيج التسويقي الدولي.
محتوى المقرر:	<ul style="list-style-type: none">➤ المقدمة➤ اتخاذ القرار بالدخول للأسواق الدولية➤ القرار المتعلق باختيار السوق➤ استراتيجيات الدخول للأسواق الدولية➤ تصميم المزيج التسويقي الدولي➤ تطبيق البرنامج التسويقي الدولي➤ الحالات العملية والقراءات الإضافية التي تتعلق بالتسويق الدولي

استمارة توصيف مادة

القسم العلمي:	قسم إدارة التسويق والتجارة الدولية
عنوان المقرر:	دراسات الجدوى الاقتصادية
السنة:	الخامسة
عدد الساعات:	4 ساعات
الهدف:	يهدف المقرر الى التعرف على كيفية إجراء الجدوى الاقتصادية، واستخدام معايير الاستثمار للمقارنة بين بدائل الاستثمار المتاحة.

محتوى المقرر:

- تعريف الجدوى الاقتصادية، أهميتها، وخطوات إجراء الجدوى الاقتصادية.
- دراسة الجدوى التسويقية
- دراسة الجدوى الفنية
- دراسة الجدوى المالية
- دراسة الربحية
- تقدير الكلفة الكلية للمشروع
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الخدمية
- معايير تقييم الاستثمارات
- دراسة الجدوى في ظل ظروف عدم التأكد
- دراسة الجدوى في ظل ظروف التأكد
- حالات عملية