

مختصر توصيف المقرر

اسم المقرر:	مبادئ التسويق
رقم المقرر:	MKT 210
اسم ورقم المتطلب السابق:	MGT111- ECO110
مستوى المقرر:	الثالث
الساعات المعتمدة:	3
Module Title:	Principles of Marketing
Module ID:	MKT210
Prerequisite:	MGT111- ECO110
Level:	3
Credit Hours:	3

Module Description

وصف المقرر :

<p>This course clarifies the marketing principles, concepts and activities in non-profit organizations. It also explains how these activities got influenced by cultural , technological surrounding.</p> <p>the course shows how marketing conquers the instructions goals . it also explains the four P in marketing (product , price , place , and promotion)</p>	<p>يوضح المقرر مبادئ ومفاهيم وأنشطة التسويق بمنشآت الأعمال والمنظمات غير الهادفة للربح في كل من – الأسواق المحلية والدولية . وكيف تتأثر هذه الأنشطة بالظروف والعوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتنافسية والتكنولوجية والقانونية التي تحيط بها، كما يبين الدور الذي تلعبه وظيفة التسويق في تحقيق أهداف المنظمة وفي تنشيط الاقتصاد الوطني. يشمل المقرر تخطيط البرامج التسويقية وإنجازها والرقابة عليها مع شرح عناصر المزيج التسويقي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج)</p>
---	--

Module Aims

أهداف المقرر :

Know the meaning of marketing, marketing environment	معرفة معنى التسويق ، البيئة التسويقية	1
Identify the steps of the purchasing process	التعرف على خطوات عملية الشراء	2
Identify the elements of marketing	التعرف على عناصر التسويق	3
Knowing of the organizational regulators aspects of marketing	معرفة النواحي التنظيمية للتسويق	4
Shows the role played by the marketing function in achieving the organization's objectives	يبين الدور الذي تلعبه وظيفة التسويق في تحقيق أهداف المنظمة	5

Learning Outcomes

مخرجات التعليم:

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذه المقرر أن يكون قادرا على:

Knowing of the concept of marketing and its development stages.	معرفة مفهوم التسويق ومراحل تطوره .	1
Realizing the importance of marketing and the factors affecting it	إدراك أهمية التسويق والعوامل المؤثرة عليه	2
The role of marketing information systems and research in marketing decision-making.	دور نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق في اتخاذ القرار التسويقي	3
Identify the marketing mix and how to manage it	التعرف علي المزيج التسويقي وكيفية إدارته.	4

محتوى المقرر (يتم تعينتها باللغة المعتمدة في التدريس)

ساعات التدريس (Hours)	عدد الأسابيع (Weeks)	قائمة الموضوعات (Subjects)
3	1	تعريف التسويق
3	1	أهمية التسويق
3	1	البيئة التسويقية
3	1	التسويق الاستراتيجي
3	1	نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق
3	1	تجزئة السوق
3	1	المستهلك الأخير والمنظمة
3	1	خطوات عملية الشراء
3	1	النواحي التنظيمية للتسويق
3	1	السلع والخدمات
3	1	تخطيط المنتجات
3	1	التسعير
3	1	التوزيع
3	1	الترويج

الكتاب المقرر والمراجع المساندة: (يتم تعينتها بلغة الكتاب الذي يدرس)

إدارة التسويق	اسم الكتاب المقرر Textbook title
د. محمود صادق بازرة	اسم المؤلف (رئيسي) Author's Name
دار النهضة العربية	اسم الناشر Publisher
1992	سنة النشر P ublishing Year
التسويق الفعال - كيف تواجه تحديات القرن 2	اسم المرجع (1) Reference (1)
طلعت اسعد عبد الحميد,	اسم المؤلف Author's Name
دار النهضة العربية	اسم الناشر Publisher
2012	سنة النشر Publishing Year
مبادئ التسويق	اسم المرجع (2) Reference (1)
د. سالم الرحيمي، د محمود أبو دلبوح	اسم المؤلف Author's Name
جرير	اسم الناشر Publisher
2012 رقم تسلسلي عالمي: 0-236-38-9957-978	سنة النشر Publishing Year