



مواصفات المقرر: إدارة ترويج

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course				
إدارة ترويج		اسم المقرر Course Title	١	
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours			
	الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	محاضرات Lecture	عملي Practical	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial
٣	-	-	٣	
المستوى الرابع - الفصل الثاني		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤	
مبادئ تسويق		المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥	
لا توجد		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦	
برنامج بكالوريوس تسويق		البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧	
اللغة العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨	
الانتظام		نظام الدراسة Study System	٩	
د. عبدالكريم الدعيس		معد (و) مواصفات المقرر Prepared By	١٠	
		تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	١١	

ii. وصف المقرر :Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف الأساسية حول الترويج، والترويج كعملية اتصال، والبيئة العامة لترويج، وتخطيط الجهد الترويجية، والاعلان وتخطيط الحملة الإعلانية، وتصميم الاعلان والرسالة الإعلانية واختيار وسائل نشر الاعلان، ثم يتناول كل من عنصر النشر والبيع الشخصي والعلاقات العامة، و ترويج المبيعات، و خصائص و أهميه وأهداف كل عنصر من العناصر المكونة من المزيج الترويجي.



iii. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) Course Intended Learning Outcomes:

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- a 1 يحدد أهميه الترويج و الإتصالات التسويقية المتكاملة واثر البيئة المحيطة بالترويج على عناصر المزيج الترويجي -
a 2 يذكر مراحل تخطيط الجهد الترويجي، وتخطيط الحملة الاعلانية، والترويجية لعناصر الترويج المختلفة-
b1- يشرح دور الترويج ضمن المزيج التسويقي ، وتأثير عناصر البيئة المحيطة، في اختيار المزيج الترويجي المناسب ،
وأساليب تخطيط الحملة الاعلانية،
b2 - يحلل دور الترويج في عمليه تبني المنتج ، و تأثير العوامل البيئية المحيطة للترويج والعوامل المؤثرة في اختيار
عناصر المزيج الترويجي،
c1- يستخدم المفاهيم والأسس العلمية في "تقييم الحملات الترويجية" الخاصة بعناصر الترويج
c2- يطبق مكونات الإطار المعرفي للمقرر في تطوير مزيج ترويجي وفي تصميم اعلان و رساله اعلانيه ، وفي تخطيط
الحملات الترويجية والإعلانية المطلوب تنفيذها.
d1 يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..
d2 يكتب التقارير الإدارية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة

i. مواءمة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)

مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)	
A1 يظهر المعرفة بالمبادئ والمفاهيم والنظريات العلمية المستخدمة في الإدارة وما يتصل بها من أساليب وأدوات .	يحدد أهميه الترويج و الإتصالات التسويقية المتكاملة واثر البيئة المحيطة بالترويج على عناصر المزيج الترويجي -	a1 -
A2- يوضح خصائص المنظمات وبيئتها الداخلية والخارجية، وسياسات وأساليب إدارتها وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى.	يذكر مراحل تخطيط الجهد الترويجي، وتخطيط الحملة الاعلانية، والترويجية لعناصر الترويج المختلفة-	a2 -
B1- يقيم مختلف الأساليب والأدوات الإدارية ويدرك . استخدامها في إطار الأنشطة التي يقوم بإنجازها	يشرح دور الترويج ضمن المزيج التسويقي ، وتأثير عناصر البيئة المحيطة، في اختيار المزيج الترويجي المناسب ، وأساليب تخطيط الحملة الاعلانية،	b1-
B2 - يحلل العوامل البيئية والمتغيرات المحلية والإقليمية والعالمية المؤثرة على أداء منظمات الأعمال مستخدما المعارف والمفاهيم الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والإحصائية المختلفة.	يحلل دور الترويج في عمليه تبني المنتج ، وتأثير العوامل البيئية المحيطة للترويج والعوامل المؤثرة في اختيار عناصر المزيج الترويجي،	b2
C - يوظف المهارات المهنية الأساسية ويستخدمها في تصميم نظم وأدوات إدارية تساعد المؤسسة على تحقيق ميزة استراتيجية في مجال أعمالها.	يستخدم المفاهيم والأسس العلمية في "تقييم الحملات الترويجية" الخاصة بعناصر الترويج	-c1
C2 - يعمل في بيئة الأعمال المحلية والإقليمية ويدير الأعمال التي تسند له بكفاءة وفاعلية باستخدام تقنيات إدارة الأعمال الملائمة .	يطبق مكونات الإطار المعرفي للمقرر في تطوير مزيج ترويجي وفي تصميم اعلان و رساله اعلانيه ، وفي تخطيط الحملات الترويجية والإعلانية المطلوب تنفيذها.	c2
D3- يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية .	يملك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..	d.1
C4- يكتب تقارير ويعد خطط استراتيجية فاعلة للمؤسسة التي يعمل فيها .	يكتب التقارير الإدارية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة	d2



I. ربط مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقييم		
أولاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1 a يحدد أهميه الترويج و الإتصالات التسويقية المتكاملة واثر البيئة المحيطة بالترويج على عناصر المزيج الترويجي -	- المحاضرات - العرض التوضيحي - الحوار و المناقشه - التعلم التعاوني	- التكاليفات والمهام - الاسئلة الشفهية - اختبار تحصيل - الملاحظة
2 a يذكر مراحل تخطيط الجهد الترويجي، وتخطيط الحملة الاعلانية، والترويجية لعناصر الترويج المختلفة-	- التدريس المصغر - التعلم الذاتي	- الامتحان النصفي - الامتحان النهائي

ثانياً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1-b يشرح دور الترويج ضمن المزيج التسويقي ، وتأثير عناصر البيئة المحيطة، في اختيار المزيج الترويجي المناسب ، وأساليب تخطيط الحملة الاعلانية،.	- العروض الإيضاحية - المحاضرات التفاعلية - المناقشات	- التكاليفات والمهام - الاختبار القصير - الملاحظة
2-b يحلل دور الترويج في عملية تبني المنتج ، وتأثير العوامل البيئية المحيطة للترويج والعوامل المؤثرة في اختيار عناصر المزيج الترويجي،.	- العصف الذهني - حل المشكلات - التعلم التعاوني	- الامتحان النصفي - الامتحان النهائي

ثالثاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1-C يستخدم المفاهيم والأسس العلمية في "تقييم الحملات الترويجية" الخاصة بعناصر الترويج	- العرض التوضيحي - المناقشة	- التكاليفات والمهام - الاختبار القصير
2-C يطبق مكونات الإطار المعرفي للمقرر في تطوير مزيج ترويجي وفي تصميم اعلان و رساله اعلانيه ، وفي تخطيط الحملات الترويجية والإعلانية المطلوب تنفيذها.	- تمثيل الادوار - حل المشكلات - التعلم الذاتي - الحالات العملية -	- الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي

رابعاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1d يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..	- العرض التوضيحي	- الواجبات والتكاليفات



- الاختبار القصير - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار - التعلم التعاوني	d2 يكتب التقارير الإدارية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة
---	---	--



مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم			
Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies			
أولاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقييم:			
First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي. 	<p>a1 -</p> <p>يحدد أهميه الترويج و الإتصالات التسويقية المتكاملة واثر البيئة المحيطة بالترويج على عناصر المزيج الترويجي -</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي. 	<p>a2 -</p> <p>يذكر مراحل تخطيط الجهد الترويجي، وتخطيط الحملة الاعلانية، والترويجية لعناصر الترويج المختلفة-</p>	
ثانياً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:			
Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكاليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>-b1</p> <p>يشرح دور الترويج ضمن المزيج التسويقي، وتأثير عناصر البيئة المحيطة، في اختيار المزيج الترويجي المناسب، وأساليب تخطيط الحملة الاعلانية،.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكاليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>- b2</p> <p>يحلل دور الترويج في عمليه تبني المنتج، وتأثير العوامل البيئية المحيطة للترويج والعوامل المؤثرة في اختيار عناصر المزيج الترويجي،.</p>	



ثالثًا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم: Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs	
- الواجبات والتكليفات - الاختبار القصير المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار -	- يستخدم المفاهيم والأسس العلمية في "تقييم الحملات الترويجية" الخاصة بعناصر الترويج	-c1
- الواجبات والتكليفات - الاختبار القصير المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار	- يطبق مكونات الإطار المعرفي للمقرر في تطوير مزيج ترويجي وفي تصميم اعلان و رساله اعلانيه ، وفي تخطيط الحملات الترويجية والإعلانية المطلوب تنفيذها.	-c2
- الواجبات والتكليفات - الاختبار القصير المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار	- يستخدم تقنيات المعلومات والإتصالات وتوظيفها في مختلف التطبيقات الإدارية .	c3
رابعًا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم: Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر Transferable (General) Skills CILOs	
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار	- يمتلك مهارات الاتصال الفعال وإدارة الوقت بفاعلية..	-d1
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات	- يكتب التقارير الإدارية والبيعية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة.	-d2



جامعة صناعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الاعمال
برنامج التسويق

مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- تمثيل الادوار		
------------------------------------	-----------------	--	--

رئيس الجامعة
د/القاسم العباس

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة
د/هدى العماد

عميد الكلية
د/مشعل الريفي

نائب العميد لشئون الجودة
د/ناصر الطويل

رئيس القسم
د/فضل المحمودي



i. موضوعات محتوى المقرر Course Content					
أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect					
الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	عدد الأسابيع Number of Weeks	الساعات الفعلية Contact Hours	رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)
1	مقدمة في الترويج	- مفهوم الترويج - خصائص الترويج - أهمية الترويج - دور الترويج ضمن المزيج التسويقي - الترويج و عملية تبني المنتج	1	3	a1 ,a2, b1,b2,,b3,c1,c2
2	الترويج كعملية اتصال	- مفهوم الاتصال والا اتصال الفعال - النموذج العام للاتصال - معوقات الاتصال التسويقي - رفع فعاليه الاتصال التسويقي - الإتصالات التسويقية المتكامله	1	3	a1,a3, c1,c2,d1
3	البيئة المحيطة بالترويج	- البيئه الاقتصاديه - البيئه الثقافيه والاجتماعيه - مفهوم الثقافه - خصائص الثقافه - العوامل الثقافيه والاجتماعيه المؤثرة في الترويج	1	3	a1,a2, b1,b3, c1,d1
4	تخطيط الجهد الترويجي	تحديد أهداف -الترويج -تحديد مكانه المنتج في ذهن المستهلك -اختيار المزيج الترويجي -تحديد ميزانيه الترويج -تقييم الاداء الترويج ورقايته	2	6	a1 ,a2,a3,b1,b2,b3, c2,c2,d2



a1,a2,a3, b2,c1 d1	3	1	-تعريف الاعلان وخصائصه -وظائف الاعلان -أهداف الاعلان أنواع الاعلان-	الاعلان	5
a3,b1,b2, c1,c2,d1	3	1	-مفهوم الحملة الاعلانية -أساليب تخطيط الحملة الاعلانية -المراحل الأساسية لتخطيط الاعلانية	تخطيط الحملة الاعلانية	6
a ³ ,b1,b ² , c1, c2,d1,d3	9	3	-تصميم الاعلان ومراحله - عناصر الاعلان -أسس التصميم الفعال للإعلان مفهوم الرسالة الاعلانية -صياغته الرسالة الاعلانية -أنواع الرسالة الاعلانية -اختيار الوسيلة الاعلانية	تصميم الاعلان والرسالة الاعلانية	7
a ¹ ,a2,a ³ ,b2, b3,c1,c2 d1	3	1	-تعريف النشر -خصائص النشر -متطلبات نجاح النشر -مجالات النشر -وسائل وأشكال النشر	النشر	8
a1,a2,a ³ , b2, b3, c1,c2,d1	3	1	-مفهوم البيع الشخصي -عوامل الاعتماد على البيع الشخصي -خصائص البيع الشخصي - أهداف البيع الشخصي	البيع الشخصي	9
a1,a ² ,a3, b2,b3, c1 c2,d1,d2	3	1	-مفهوم العلاقات العامة -أسس العلاقات العامة -أهداف العلاقات العامة	العلاقات العامة	10



			-أهميه العلاقات العامة •-الادوات الترويجية للعلاقات العامة		
a1,a2,a3, b2,b3,c1, c2,d1	٣	١	-مفهوم ترويج المبيعات -خصائص ترويج المبيعات -نطاق ترويج المبيعات -أهداف ترويج المبيعات -وسائل ترويج المبيعات	ترويج المبيعات (تنشيط المبيعات)	11
===	42	14	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies	
<ul style="list-style-type: none">المحاضراتحل المشكلاتالتعلم التعاونيالعروض التوضيحيةالعصف الذهنيتمثيل الادوارالحوار والمناقشة	

ii. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
a2, . b2. b3, c1,c3,,	W3,6,8	5	التكاليف والواجبات المنزلية	١
a3, , b2, c 2, , d1, d3	W 6, 10 و ,	10	د راسة وتحليل الحالات العملية	٢
a3, , b3, , c2, d1, d3,	W4,9	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	٣
===	==	20	إجمالي الدرجة Total Score	

iii. تقييم التعلم :Learning Assessment					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.



	of Final Assessment				
a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2	%20	20	3,4,6,8,,10	الأنشطة والتكاليف	١
a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3	20%	20	7	اختبار تحريري نصفي	٢
جميع المخرجات	60%	60	16	الامتحان النهائي	٣
===	100%	100	الإجمالي Total		

مصادر التعلم Learning Resources: كتابة المراجع للمقرر (اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).
المراجع الرئيسية (Required Textbook(s): (لا تزيد عن مرجعين)
١. عبد الكريم محمد الدعيس ، اداره الترويج ،مركز جامعه العلوم والتكنولوجيا للكتاب الجامعي، صنعاء ،اليمن، ٢٠١٨.
٢. طلعت أسعد عبد الحميد ،الاتصالات التسويقية المتكاملة ، مكتبة عين شمس، القاهرة، مصر ٢٠٠٩
المراجع المساعدة:
ناجي معلا ،الأصول العلمية للترويج التجاري والاعلان، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ٢٠٠٦.
المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... etc. Electronic Materials and Web Sites

iv. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالاتي:	
١	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance: - يلتزم الطالب بحضور ٧٥٪ من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريرا بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
٢	الحضور المتأخر Tardy: - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
٣	ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality: - لا يسمح للطالب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
٤	التعيينات والمشاريع Assignments & Projects: - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكاليف الذي تأخر في تسليمه.
٥	الغش Cheating: - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفي أو النهائي تطبق عليه لائحة شئون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكاليف.
6	الانتحال Plagiarism:



- في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك	
سياسات أخرى <u>Other policies</u> :	7
- أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليفات الخ	



خطة مقرر: إدارة الترويج

i. معلومات عن أستاذ المقرر						
Information about Faculty Member Responsible for the Course						
الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours						الإسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.
			3			البريد الإلكتروني E-mail

:General information about the course				
معلومات عامة عن المقرر				
إدارة الترويج		اسم المقرر Course Title	١	
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			٣
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture	
٣	-	-	٣	
المستوى الرابع - الفصل الثاني		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤	
مبادئ إدارة الأعمال - تطبيقات الحاسوب		المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥	
لا توجد		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦	
برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال		البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧	
اللغة العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨	
الانتظام		نظام الدراسة Study System	٩	
د. عبد الكريم الدعيس		معدو (و) مواصفات المقرر Prepared By	١٠	
		تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	١١	



ملاحظة: الساعة المعتمدة للعملي والتمارين تساوي ساعتين فعليتين خلال التدريس.

v. وصف المقرر Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف الأساسية حول الترويج، والترويج كعملية اتصال، والبيئة العامة لترويج، وتخطيط الجهد الترويجية، والاعلان وتخطيط الحملة الاعلانية، وتصميم الاعلان والرسالة الاعلانية واختيار وسائل نشر الاعلان، ثم يتناول كل من عنصر النشر والبيع الشخصي والعلاقات العامة، وترويج المبيعات، وخصائص وأهميه وأهداف كل عنصر من العناصر المكونة من المزيج الترويجي..

i. مخرجات تعلم المقرر Course Intended Learning Outcomes (CILOs)
بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن: a 1 يحدد أهميه الترويج و الإتصالات التسويقية المتكاملة و اثر البيئة المحيطة بالترويج على عناصر المزيج الترويجي - a 2 يذكر مراحل تخطيط الجهد الترويجي، وتخطيط الحملة الاعلانية، والترويجية لعناصر الترويج المختلفة- b1 يشرح دور الترويج ضمن المزيج التسويقي، وتأثير عناصر البيئة المحيطة، في اختيار المزيج الترويجي المناسب، وأساليب تخطيط الحملة الاعلانية،. b2 يحلل دور الترويج في عملية تبني المنتج، وتأثير العوامل البيئية المحيطة للترويج والعوامل المؤثرة في اختيار عناصر المزيج الترويجي،. c1- يستخدم المفاهيم والأسس العلمية في "تقييم الحملات الترويجية" الخاصة بعناصر الترويج c2- يطبق مكونات الإطار المعرفي للمقرر في تطوير مزيج ترويجي وفي تصميم اعلان و رساله اعلانيه، وفي تخطيط الحملات الترويجية والإعلانية المطلوب تنفيذها. d1 يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية.. d2 يكتب التقارير الإدارية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة.

v. موضوعات محتوى المقرر Course Content				
أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect				
الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الاسبوع Week	الساعات الفعلية Contact Hours
1	مقدمة في الترويج	- مفهوم الترويج - خصائص الترويج - أهميه الترويج - دور الترويج ضمن المزيج التسويقي - الترويج و عملية تبني المنتج	w1	3
2	الترويج كعملية اتصال	- مفهوم الاتصال والاتصال الفعال - النموذج العام للاتصال - معوقات الاتصال التسويقي - رفع فعالية الاتصال التسويقي - الإتصالات التسويقية المتكاملة	W.2	3



3	W.3	-البيئة الاقتصادية -البيئة الثقافية والاجتماعية -مفهوم الثقافة -خصائص الثقافة -العوامل الثقافية والاجتماعية المؤثرة في الترويج	البيئة المحيطة بالترويج	3
6	W.4 W.5	-تحديد أهداف الترويج -تحديد مكانه المنتج في ذهن المستهلك -اختيار المزيج الترويجي -تحديد ميزانيه الترويج -تقييم الاداء الترويج وراقبته	تخطيط الجهد الترويجي	4
6	W.6	-تعريف الاعلان وخصائصه -وظائف الاعلان -أهداف الاعلان -أنواع الاعلان-	الاعلان	5
3	W.7	امتحان نصفي		6
6	W.8 W.9	-مفهوم الحملة الاعلانية -أساليب تخطيط الحملة الاعلانية -المراحل الأساسية لتخطيط الحملة الاعلانية	تخطيط الحملة الاعلانية	7
6	W.10 W.11	-تصميم الاعلان ومراحله عناصر الاعلان -أسس التصميم الفعال للاعلان -مفهوم الرسالة الاعلانية -صياغة الرسالة الاعلانية -أنواع الرسالة الاعلانية -اختيار الوسيلة الاعلانية	تصميم الاعلان والرسالة الاعلانية	8
3	W. 12	-تعريف النشر -خصائص النشر -متطلبات نجاح النشر -مجالات النشر - وسائل واشكال النشر	النشر	9
3	W. 13	-مفهوم البيع الشخصي -عوامل الاعتماد على البيع الشخصي -خصائص البيع الشخصي • -أهداف البيع الشخصي	البيع الشخصي	10
3	W. 14	-مفهوم العلاقات العامة -أسس العلاقات العامة -أهداف العلاقات العامة -أهميه العلاقات العامة -الادوات الترويجية للعلاقات العامة	العلاقات العامة	11



3	W 15	- مفهوم ترويج المبيعات - خصائص ترويج المبيعات - نطاق ترويج المبيعات - أهداف ترويج المبيعات - وسائل ترويج المبيعات	ترويج المبيعات (تنشيط المبيعات)	12
3	W 16	الامتحان النهائي		13
48	16	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies	
<ul style="list-style-type: none">المحاضراتحل المشكلاتالتعلم التعاونيالعروض التوضيحيةالعصف الذهنيتمثيل الادوارالحوار والمناقشة	

vi. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments			
أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
W3,6,8	5	التكليف والواجبات المنزلية	1
W 6, 10 ,	10	دراسة وتحليل الحالات العملية	2
W4,9	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في الفعالة	3
==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

vii. تقييم التعلم :Learning Assessment				
نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
20%	20	3,4,6,8,,10	الأنشطة والتكليف	1
20%	20	7	اختبار تحريري نصفي	2
60%	60	16	الامتحان النهائي	3
100%	100	Total الإجمالي		

مصادر التعلم :Learning Resources	
المراجع الرئيسية (Required Textbook(s) : لا تزيد عن مرجعين)	
عبد الكريم محمد الدعيس ، ادارة الترويج ، مركز جامعه العلوم والتكنولوجيا للكتاب الجامعي، صنعاء، اليمن، ٢٠١٨.	



طلعت أسعد عبد الحميد، الإتصالات التسويقية المتكاملة، مكتبة عين شمس، القاهرة، مصر ٢٠٠٩.
المراجع المساعدة:
ناجي معلا، الأصول العلمية للترويج التجاري والاعلان، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ٢٠٠٦.
مواد إلكترونية وانترنت (إن وجدت):

viii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
١	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance: - يلتزم الطالب بحضور ٧٥٪ من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
٢	الحضور المتأخر Tardy: - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
٣	ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality: - لا يسمح للطالب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان. - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
٤	التعيينات والمشاريع Assignments & Projects: - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكاليف الذي تأخر في تسليمه.
٥	الغش Cheating: - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شئون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.
6	الانتحال Plagiarism: - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	سياسات أخرى Other policies: - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ



جامعة صناعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الاعمال
برنامج التسويق

رئيس الجامعة
د/القاسم العباس

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة
د/هدى العماد

عميد الكلية
د/مشعل الريفي

نائب العميد لشئون الجودة
د/ناصر الطويل

رئيس القسم
د/فضل المحمودي