



مواصفات مقرر بحوث التسويق

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course			
بحوث التسويق		اسم المقرر Course Title	-١
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	-٢
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours		
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture
٣	-	-	٣
المستوى الرابع : الفصل الدراسي الثاني		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	-٤
مبادئ تسويق		المتطلبات السابقة للمقرر (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
انتظام		أسلوب الدراسة: Study System	-٩
فصلي		نظام الدراسة Study System	-١٠
د. فضل المحمودي		معد(و) مواصفات المقرر Prepared By	-١١
		تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	-١٢

ii. وصف المقرر :Course Description

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بالمهارات والمعارف الخاصة بحوث التسويق، ويتناول هذا المقرر تعريف الطلاب بمفاهيم وأسس بحوث التسويق، وأهمية بحوث التسويق لمتخذ القرارات التسويقية في منظمات الأعمال الربحية وغير الربحية، والعمليات الخاصة بتنظيم بحوث التسويق، إضافة إلى مجالات بحوث التسويق؛ مراحل البحث التسويقي وأدواته؛ طرق جمع البيانات؛ نماذج جمع البيانات؛ أساليب تحليل البيانات واستخلاص النتائج؛ إعداد التقرير النهائي؛ دراسة حالات عملية أنواع البحوث التسويقية.

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

بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادراً على أن:
1 a - يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس الحديثة في نظم المعلومات و بحوث التسويق.



- a-2 يصف مراحل وخطوات إجراء البحوث التسويقية وفق المنهج العلمي . .
b1- يقيم المشكلات التسويقية داخل الشركات وفي الواقع العملي ويحدد نوع البحث المناسب لدراساتها.
b2 . يميز بين أنواع العينات الملائمة للبحث وأساليب جمع البيانات ومعالجتها إحصائياً .
c1- ينفذ بحوث تسويقية لمعالجة مشكلة معينة في الشركة
c2- يطبق الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات وعرض النتائج ..
d1- يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية...
d2- يكتب التقارير الإدارية والبيعية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة..

iv. 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 .	a1 - يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس الحديثة في نظم المعلومات و بحوث التسويق.
A2 يوضح خصائص المنظمات وبيئتها الداخلية والخارجية، وسياسات وأساليب إدارتها وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى .	a2 - يصف مراحل وخطوات إجراء البحوث التسويقية وفق المنهج العلمي .
B2 - يحلل العوامل البيئية والمتغيرات المحلية والإقليمية والعالمية المؤثرة على أداء منظمات الأعمال مستخدماً المعارف والمفاهيم الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والإحصائية المختلفة.	b1- يقيم المشكلات التسويقية داخل الشركات وفي الواقع العملي ويحدد نوع البحث المناسب لدراساتها.
B1- يقيم مختلف الأساليب والأدوات الإدارية ويدرك استخدامها في إطار الأنشطة التي يقوم بإنجازها .	b2 - يميز بين أنواع العينات الملائمة للبحث وأساليب جمع البيانات ومعالجتها إحصائياً..
C1 يوظف المهارات المهنية الأساسية ويستخدمها في تصميم نظم وأدوات إدارية تساعد المؤسسة على تحقيق ميزة استراتيجية في مجال أعمالها.	c1- ينفذ بحوث تسويقية لمعالجة مشكلة معينة في الشركة.
C3 يستخدم الأساليب الكمية والإحصائية وتقنيات المعلومات ويوظفها في مجالات عمله لاتخاذ قرارات إدارية.	c2 يطبق الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات وعرض النتائج .
D3- يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية .	d1- يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية..
C4- يكتب تقارير ويعد خططاً استراتيجية فاعلة للمؤسسة التي يعمل فيها .	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
-ملاحظة الأداء. -الامتحانات القصيرة	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني	a1 - يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس الحديثة في نظم المعلومات و بحوث التسويق.



<ul style="list-style-type: none"> -تقييم العروض التقديمية -تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة -الامتحانات الشفوية -تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي. 		
<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. 	<ul style="list-style-type: none"> يصف مراحل وخطوات إجراء البحوث التسويقية وفق المنهج العلمي 	a2
<p>ثانيا: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم: Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs</p>			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتكليفات -الاختبارات القصيرة -المقابلة -الملاحظة -الامتحان النصفى -الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> -المحاضرات التفاعلية -العروض التوضيحية -المناقشات -العصف الذهني -التعلم التعاوني -حل المشكلات 	<ul style="list-style-type: none"> يقيم المشكلات التسويقية داخل الشركات وفي الواقع العملي ويحدد نوع البحث المناسب لدراستها. 	-b1
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتكليفات -الاختبارات القصيرة -المقابلة -الملاحظة -الامتحان النصفى -الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> -المحاضرات التفاعلية -العروض التوضيحية -المناقشات -العصف الذهني -التعلم التعاوني -حل المشكلات 	<ul style="list-style-type: none"> يميز بين أنواع العينات الملائمة للبحث وأساليب جمع البيانات ومعالجتها إحصائياً.. 	- b2
<p>ثالثاً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم: Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs</p>			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> -الواجبات والتكليفات 	<ul style="list-style-type: none"> -العرض التوضيحية 	<ul style="list-style-type: none"> ينفذ بحوث تسويقية لمعالجة مشكلة 	-c1



<ul style="list-style-type: none"> - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الأدوار - 	معينة في الشركة.	
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكاليف - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الأدوار - 	يطبق الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات وعرض النتائج .	-c2

رابعاً: موازنة 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	
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - 	يملك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية..	-d1
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - 	يكتب التقارير الإدارية والبيعية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة.	-d2

v. موضوعات محتوى المقرر Course Content					
أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect					
رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الرقم Order



a.1, b.1, d.1, d.2, , d.2	3	1	مفهوم وأهمية بحوث التسويق الفرق بين بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقية. خصائص وسمات بحوث التسويق	مقدمة بحوث التسويق .	1
a.1, a.2. b.1, d.1 d.2,	3	1	بحوث السوق والمستهلكين بحوث الترويج والإعلان بحوث المنتجات بحوث التوزيع بحوث المبيعات بحوث البيئة التسويقية	مجالات و استخدامات بحوث التسويق	2
a.1, a.3. b.1 , d.1 d.2, d.3,	3	1	مهام وواجبات جهاز بحوث التسويق شروط ومواصفات العاملين في بحوث التسويق موقع جهاز بحوث التسويق في الهيكل التنظيمي. الجهات الخارجية لبحوث التسويق.	النواحي التنظيمية لبحوث التسويق	3
a .1, a.2,b1, c.1, d.1 d.2, d.3,	6	2	تحديد مشكلة البحث وأهدافه. نوع البحث وإطاره وضع الفروض.	خطوات إعداد البحث التسويقي	4
a .1, a.4,b1, c.1, d.1 d.2, d.3,	3	1	البيانات الثانوية المفهوم والاهمية، الاستخدام البيانات الأولية: تحديد مجتمع البحث ونطاقه.	نوع ومصادر البيانات وتحديد مجتمع البحث.	5
a .1, a.3 ,b2, c.1, d.1 d.2, d.3,	6	2	اهمية ومزايا استخدام العينات خطوات اختيار العينات. أنواع العينات. أمثلة وتمارين على العينات	العينات وطرق اختيارها.	6
a.1, a.4, b.3 c.1, d.1, d.2,	6	2	الاستبيان . المقابلات . الملاحظة.	طرق جمع البيانات	7
a.1, a.4, b3, c2,d.1 d.2, d.3,	3	1	تدقيق ومراجعة البيانات تصنيف البيانات. تفريع البيانات وتبويبها ترميز البيانات	ترميز وجدولة البيانات	8
a.1, a.4, b3, c2,d.1, d.2, d.3,	3	1	ادخال البيانات للحاسوب. تحليل البيانات - أساليب تحليل البيانات	تحليل البيانات	9
a.1, a.4, b.4, c.2 d.1, d.2, d.3,	3	1	كتابة الهوامش. كتابة قائمة المراجع وضع التوصيات. • محتويات التقرير.	توثيق المعلومات وإعداد التقرير النهائي للبحث	10



a1,a3, a4, b2, b.3 , c1, c.2, d.1, d.2, d.3,	3	1	عرض الطلبة للبحوث. • مناقشة البحث وتقييمه .	مناقشة البحوث
===	42	14	اجمالي 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 الأدوارالحوار والمناقشة	

.vi الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
م N o	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	الدرجة المستحقة Mark	أسبوع التنفيذ Week Due	مخرجات التعلم CILOs (symbols)
١	التكليف والواجبات المنزلية	5	W3,6,8	a2,. b2. b3, c1,c3,,
٢	دراسة وتحليل الحالات العملية	10	W 6, 10 و ,	a3, , b2, c 2, , d1, d3
٣	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	5	W4,9	a3, , b3, , c2, d1, d3,
	Total Score إجمالي الدرجة	20	==	===

.vii تقييم التعلم :Learning Assessment					
الرقم No.	أنشطة التقييم Assessment Tasks	أسبوع التقييم Week due	الدرجة Mark	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	مخرجات التعلم CILOs (symbols)
١	الأنشطة والتكليف	3,4,6,8,,10	20	%20	a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2
٢	اختبار تحريري نصفي	7	20	20%	a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3
٣	الامتحان النهائي	16	60	60%	جميع المخرجات



===	100%	100	Total الإجمالي
-----	------	-----	----------------

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) عبد الخالق باعلوي، بحوث التسويق، ٢٠١٤، مكتبة الأمين للنشر والتوزيع، صنعاء، اليمن. المراجع المساعدة:
محمود صادق بازعة بحوث التسويق للرقابة والتخطيط واتخاذ القرارات التسويقية، مكتبة العبيكان ٢٠١٤ ناجي معلا (٢٠٠٨)، بحوث تسويق، مدخل منهجي تحليلي، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
١. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.

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 إقرار 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 دخول 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 التكليفات وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكليفات عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكليف 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 التكليفات 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 التكليفات الخ



خطة مقرر: بحوث التسويق

ix. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course				
بحوث التسويق		اسم المقرر Course Title	١	
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			٣٣
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture	
٣	-	-	٣	
المستوى الرابع: الفصل الدراسي الثاني				المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester
مبادئ تسويق				المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)
لا توجد				المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)
برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال				البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered
اللغة العربية				لغة تدريس المقرر Language of teaching the course
انتظام				أسلوب الدراسة: Study System
فصلي				نظام الدراسة Study System
د. فضل المحمودي				معد مواصفات المقرر Prepared By
				تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval

x. وصف المقرر :Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بالمهارات والمعارف في بحوث التسويق، و يتناول هذا المقرر مفاهيم وأسس بحوث التسويق، وأهمية بحوث التسويق لمتخذ القرارات التسويقية في منظمات الأعمال الربحية وغير الربحية، والعمليات الخاصة بتنظيم بحوث التسويق، إضافة إلى مجالات بحوث التسويق؛ مراحل البحث التسويقي وأدواته؛ طرق جمع البيانات؛ نماذج جمع البيانات؛ أساليب تحليل البيانات واستخلاص النتائج؛ إعداد التقرير النهائي؛ دراسة حالات عملية أنواع البحوث التسويقية..

xi. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) :Course Intended Learning Outcomes
بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:



- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- 1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس الحديثة في نظم المعلومات و بحوث التسويق.
 - 2- يصف مراحل وخطوات إجراء البحوث التسويقية وفق المنهج العلمي . .
 - 1 b1 يقيم المشكلات التسويقية داخل الشركات وفي الواقع العملي ويحدد نوع البحث المناسب لدراساتها.
 - 2 b2 - يميز بين أنواع العينات الملائمة للبحث و أساليب جمع البيانات ومعالجتها إحصائيا .
 - 1 c1- ينفذ بحوث تسويقية لمعالجة مشكلة معينة في الشركة
 - 2 c2- يطبق الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات وعرض النتائج ..
 - 1 d1- يمتلك مهارات الاتصال الفعال ، وإدارة الوقت بفاعلية...
 - 2 d2- يكتب التقارير الإدارية والبيعية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة..-

Course Content				
موضوعات محتوى المقرر				
Theoretical Aspect				
أولاً: موضوعات الجانب النظري				
الرقم	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات	الموضوعات التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
Order	Topic List / Units	Sub Topics List	Number of Weeks	Contact Hours
1	مقدمة بحوث التسويق .	مفهوم وأهمية بحوث التسويق الفرق بين بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقية. خصائص وسمات بحوث التسويق	W.1	3
2	مجالات و استخدامات بحوث التسويق	بحوث السوق والمستهلكين بحوث الترويج والإعلان بحوث المنتجات بحوث التوزيع بحوث المبيعات بحوث البيئة التسويقية	W.2	3
3	النواحي التنظيمية لبحوث التسويق	مهام وواجبات جهاز بحوث التسويق شروط ومواصفات العاملين في بحوث التسويق موقع جهاز بحوث التسويق في الهيكل التنظيمي. الجهات الخارجية لبحوث التسويق.	W.3	3
4	خطوات إعداد البحث التسويقي	تحديد مشكلة البحث وأهدافه. نوع البحث وإطاره وضع الفروض.	W.4 W.5	6
5	نوع ومصادر البيانات وتحديد مجتمع البحث.	البيانات الثانوية • المفهوم ، والأهمية، الاستخدام • البيانات الأولية: • المفهوم ، والأهمية، الاستخدام تحديد مجتمع البحث ونطاقه.	W.6	3
6		امتحان نصفي	W.7	3
7	العينات وطرق اختيارها	اهمية ومزايا استخدام العينات خطوات اختيار العينات. أنواع العينات.	W.8 W.9	6



		أمثلة وتمارين على العينات		
6	W.10 W.11	الاستبيان . المقابلات. الملاحظة.	طرق جمع البيانات	8
3	W. 12	تدقيق ومراجعة البيانات تصنيف البيانات. تفريع البيانات وتبويبها - ترميز البيانات	ترميز وجدولة البيانات	9
3	W. 13	ادخال البيانات للحاسوب. تحليل البيانات • أساليب تحليل البيانات	تحليل البيانات	10
3	W. 14	محتويات التقرير كتابة الهوامش. كتابة قائمة المراجع وضع التوصيات.	توثيق المعلومات وإعداد التقرير النهائي للبحث	11
3	W 15		عرض الطلبة للبحوث. ومناقشة البحث وتقييمه	مناقشة البحوث
3	W 16		الامتحان النهائي	
48	16	اجمالي 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 الأدوارالحوار والمناقشة	

.xiii الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments			
أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م N O
W3,6,8	5	التكليف والواجبات المنزلية	١
W 6, 10 , W4,9	10	دراسة وتحليل الحالات العملية	٢
	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	٣
==	20	إجمالي الدرجة Total Score	



جامعة صنعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال
برنامج إدارة الأعمال

رئيس الجامعة
د/القاسم العباس

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة
د/هدى العماد

عميد الكلية
د/مشعل الريفى

نائب العميد لشئون الجودة
د/ناصر الطويل

رئيس القسم
د/فضل المحمودى



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

مصادر التعلم Learning Resources :	
المراجع الرئيسية Required Textbook(s) :	
عبد الخالق باعلوي ، بحوث التسويق ، ٢٠١٤ ، مكتبة الأمين للنشر والتوزيع ، صنعاء، اليمن .	
المراجع المساعدة:	
<ul style="list-style-type: none"> محمد عبيدات، وآخرون، إدارة المبيعات والبيع الشخصي، دار وائل عمان - الأردن، ٢٠١٤م طلعت أسعد، مدير المبيعات الفعال ، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 	
١. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... etc. Electronic Materials and Web Sites	

.xv 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 إقرار 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 دخول 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 التكليف 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 للتكليف.	
<u>الانتحال Plagiarism:</u>	6
- في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك	
<u>سياسات أخرى Other policies:</u>	7
- أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ	