



مواصفات مقرر: تسويق زراعي

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course			
تسويق زراعي		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 الأول		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤
مبادئ تسويق		المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥
-		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦
بكالوريوس إدارة أعمال- تسويق		البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧
العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨
الفصل الدراسي		نظام الدراسة Study System	٩
د. عبدالكريم الدعيس		معد (و) مواصفات المقرر Prepared By	١٠
		تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	١١

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

ii. وصف المقرر :Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بمعارف أساسية عن التسويق و تطور المفهوم التسويقي بصفه عامه والتسويق الزراعي بصفه خاصة، وخصائص للإنتاج الزراعي والمنتجات الزراعية، ووظائف التسويق الزراعي وقنوات التسويق، و تكاليف وهوامش التسويق الزراعي و أسواق الجملة للمنتجات الزراعية و مؤسسات التسويق الأهلية وشبه الحكومية، ومداخل دراسة التسويق الزراعي ، والاداء التسويقي لتجاره الجملة وتقسيمها، و دور الحكومة في التسويق الزراعي وتحليل السياسات التسويقية الزراعية، وسياسات التسويق الزراعي الدولية.

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



- a1- يُعرف التسويق الزراعي والمنتج الزراعي وخصائصهم المؤثرة مع تحديد وظائف التسويق الزراعي ومناقشته ومداخل دراسته.
- a2- يوضح تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والأداء التسويقي لتجارة الجملة وقواعد تقييمه، ودور الحكومة في التسويق الزراعي وسياسات التسويق الزراعي الدولي.
- b1 - يشرح وظائف التسويق الزراعي مبيناً كل من أنشطته التسويق الزراعي وأنشطته تسويق السلع والخدمات.
- b2 - يحلل تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والسياسات التسويقية الزراعية.
- c1 - يطبق مفاهيم الزراعة في البيئة اليمنية الواقعة.
- c2 - يصنف مؤسسات التسويق الزراعي في اليمن مقترحاً أسس تطويرها.
- c3- يضع تصوراً لدور الحكومة اليمنية في التسويق الزراعي.
- d1- يتواصل بفاعلية مع الآخرين، والعمل ضمن فريق عمل مع الالتزام بأخلاقيات العمل والمهنة.
- d2- يطور معارفه ومهاراته في مجال التسويق الزراعي من خلال التعلم الذاتي والاطلاع على الممارسات الناجحة.

iv. موازنة 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 والفهم بالمبادئ والنظريات والمفاهيم التسويقية المطبقة في بيئة الأعمال.	- a1 يُعرف التسويق الزراعي والمنتج الزراعي وخصائصهم المؤثرة مع تحديد وظائف التسويق الزراعي ومناقشته ومداخل دراسته.
A3- يظهر المعرفة والفهم بأساليب وطرق وبرامج الاتصالات التسويقية المناسبة للأسواق.	- a2 يوضح تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والأداء التسويقي لتجارة الجملة وقواعد تقييمه، ودور الحكومة في التسويق الزراعي وسياسات التسويق الزراعي الدولي.
B2. يحدد الطرق والأساليب الممكن استخدامها للوصول إلى المستهلكين والمشتريين لتحقيق الأهداف التسويقية للمنشأة.	-b1 يشرح وظائف التسويق الزراعي مبيناً كل من أنشطته التسويق الزراعي وأنشطته تسويق السلع والخدمات.
B3. يحلل الظواهر والمشكلات التسويقية بشكل عام واستنتاج مؤشرات تفيد في اتخاذ القرارات التسويقية.	- b2 يحلل تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والسياسات التسويقية الزراعية.
C1. يوظف النظريات والاستراتيجيات التسويقية في معالجة المشكلات التسويقية في البيئة المحلية.	-c1 يطبق مفاهيم الزراعة في البيئة اليمنية الواقعة.
C2. يعد الخطط والبرامج التسويقية والبيعية للأسواق الحالية والمستهدفة المحلية والخارجية.	-c2 يصنف مؤسسات التسويق الزراعي في اليمن مقترحاً أسس تطويرها.
C3. يصمم وينفذ الدراسات والبحوث التسويقية المتعلقة بعناصر المزيج التسويقي	-c3 يضع تصوراً لدور الحكومة اليمنية في التسويق الزراعي.
D1. يشارك في فرق العمل بكفاءة، وبما يمكنه من العمل في مختلف وظائف التسويق والبيع.	-d1 يتواصل بفاعلية مع الآخرين، والعمل ضمن فريق عمل مع الالتزام بأخلاقيات العمل والمهنة.
D3. يستخدم تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال والتواصل في مجال التسويق والبيع الشخصي	-d2 يطور معارفه ومهاراته في مجال التسويق الزراعي من خلال التعلم الذاتي والاطلاع على الممارسات الناجحة.



مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies			
أولاً: مواعمة 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	
- الاختبار القصير - المهام والتكليف - الاسئلة الشفهية - الاختبار النصفي - المتحان النهائي - الامتحان النهائي	- المحاضرات - العروض التوضيحية - المناقشة - التعلم التعاوني - حل المشكلات - التعلم بالاكتشاف	يُعرف التسويق الزراعي والمنتج الزراعي وخصائصهم المؤثرة مع تحديد وظائف التسويق الزراعي ومناقشته ومداخل دراسته.	- a1
- الاختبار القصير - المهام والتكليف - الاسئلة الشفهية - الاختبار النصفي - المتحان النهائي - الامتحان النهائي	- المحاضرات - العروض التوضيحية - المناقشة - التعلم التعاوني - حل المشكلات - التعلم بالاكتشاف	يوضح تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والأداء التسويقي لتجارة الجملة وقواعد تقييمه، ودور الحكومة في التسويق الزراعي وسياسات التسويق الزراعي الدولي.	- a2
ثانياً: مواعمة 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	
- الاختبار القصير - المهام والتكليف - الاسئلة الشفهية - الملاحظة - الاختبار النصفي - الامتحان النهائي	- المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحية - المناقشات - حل المشكلات - التعلم الذاتي	يشرح وظائف التسويق الزراعي مبيناً كل من أنشطته التسويق الزراعي وأنشطته تسويق السلع والخدمات.	- b1
- الاختبار القصير - المهام والتكليف - الاسئلة الشفهية - الملاحظة	- المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحية - المناقشات - حل المشكلات	يحلل تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والسياسات التسويقية الزراعية.	- b2



جامعة صناعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الاعمال
برنامج التسويق

- الاختبار النصفي - الامتحان النهائي	- التعلم الذاتي		
---	-----------------	--	--

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



ثالثاً: 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	
<ul style="list-style-type: none"> - المهام والتطبيقات - الاسئلة الشفهية - الملاحظة - مشروع التخرج - الاختبار النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض التوضيحي - المناقشات - التعلم التعاوني - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار 	<ul style="list-style-type: none"> - يطبق مفاهيم الزراعة في البيئة اليمينية الواقعة. 	-c1
<ul style="list-style-type: none"> - المهام والتطبيقات - الاسئلة الشفهية - الملاحظة - مشروع التخرج - الاختبار النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض التوضيحي - المناقشات - التعلم التعاوني - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار 	<ul style="list-style-type: none"> - يصنف مؤسسات التسويق الزراعي في اليمن مقترحاً أسس تطويرها. 	-c2
<ul style="list-style-type: none"> - المهام والتطبيقات - الاسئلة الشفهية - الملاحظة - مشروع التخرج - الاختبار النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض التوضيحي - المناقشات - التعلم التعاوني - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار 	<ul style="list-style-type: none"> - يضع تصوراً لدور الحكومة اليمينية في التسويق الزراعي. 	-C3

رابعاً: 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	
<ul style="list-style-type: none"> - المهام والتطبيقات - الملاحظة - الاسئلة الشفهية - الاختبار النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض التوضيحية - العصف الذهني - المناقشة - حل المشكلات - التعليم الذاتي 	<ul style="list-style-type: none"> - يتواصل بفاعلية مع الآخرون، والعمل ضمن فريق عمل مع الالتزام بأخلاقيات العمل والمهنة. 	-d1
<ul style="list-style-type: none"> - المهام والتطبيقات - الملاحظة - الاسئلة الشفهية - الاختبار النصفي 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض التوضيحية - العصف الذهني - المناقشة - حل المشكلات 	<ul style="list-style-type: none"> - يطور معارفه ومهاراته في مجال التسويق الزراعي من خلال التعلم الذاتي والاطلاع على الممارسات الناجحة. 	-d2



جامعة صناعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الاعمال
برنامج التسويق

– الامتحان النهائي	– التعليم الذاتي		
--------------------	------------------	--	--

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



Course Content					
v. موضوعات محتوى المقرر					
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
a1,b1,c1,c2,d2	٦	٢	- مفهوم التسويق وتطوره التاريخي - المفهوم التسويقي في العصر الحديث - أهمية التسويق - الوظائف التسويقية - المنافع الاقتصادية للتسويق -الوسطاء التسويقية - استراتيجيات التسويق	التسويق ومبادئه الأساسية	1
a\,b\,c1, d1,d٢	٣	١	- خصائص عملية الإنتاج الزراعي - خصائص المنتجات الزراعية - اختلاف المنتج الزراعي عن المنتجات المصنفة و الخدمات	التسويق الزراعي	2
a1,b1, c1,c2, c3 d1,d2	٣	١	- الوظائف التبادلية -الوظائف المادية الوظائف التسهيلية	وظائف التسويق الزراعي	3
a\,a3,b1, c2,d2	٣	١	- تعرف قنوات التسويق - أهمية قنوات التسويق - عناصر قنوات التسويق	قنوات التسويق	4
a2,b1, b2,c1, c2,c3,d2	٦	٢	- التكاليف التسويقية - الهوامش التسويقية - العوامل المؤثرة على الهوامش التسويقية	تكاليف وهوامش التسويق الزراعي	5



			-أهداف دراسة الهوامش التسويقية -طرق تقدير الهوامش التسويقية - حساب الهوامش التسويقية للسلع الزراعية		
a1,a٢,b1, b2,c1, c2,c2,d1	3	1	- دور أسواق الجملة - أسواق الجملة المختلفة - التخطيط لا نشاء أسواق الجملة	أسواق الجملة للمنتجات الزراعية	6
a1, a2, a3, b2, c1, c2,d1,d2, d3	٣	١	-التعاونيات التسويقية -المجالس التسويقية -المؤسسات شبيه حكومية	مؤسسات التسويق الأهلية وشبه الحكومية	7
a1,a٢, b١,c١, c2,c3, d1	٣	١	-المدخل السلعي - المدخل المؤسسي - المدخل الوظيفي - مدخل النظم..	مداخل دراسة التسويق	8
a1,a٢, b١,c١, c2,d1, d3	٣	١	- السوق - أنواع التنظيم السوقي - قواعد تقييم الاداء السوقي - مدخل دراسة أداء السوق - الكفاءة التشغيلية والإنتاجية	الاداء التسويقي لتجارة الجملة وقواعد تقييمها	9
a2, b2, c1, c2,d٢, d3	٣	١	- تمهيد -الأسواق التنافسية -الأسواق المشوهة - السياسيات الاقتصادية - مجالات السياسيات الزراعية	دور الحكومة في التسويق الزراعي	10
a2, b2, c1, c2, c3, d1	٣	١	- تحليل السياسيات باستخدام معايير الحماية الاقتصادية -استخدام تحليل توازن السوق	تحليل السياسات التسويقية الزراعية	11



			- استخدام مصفوفة تحليل السياسات وأسعار الظل		
a ¹ , b ¹ , b ² , c ¹ , c ³ , d ¹ , d ²	٣	١	- خلفية تاريخية - الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة - اتفاقية الزراعة - أسس تنظيم ربط التعريفات - اتفاقية التدابير الوقائية - اتفاقية مكافحة الأعراف - اتفاقية الدعم والرسوم التعويضية	سياسيات التسويق الزراعي الدولي	12
===	42	١٤	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 الأدوارالحوار والمناقشةالتعليم الذاتيالتعلم بالاكشاف	

.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	الواجبات والتكليف	10	4,7,12	a1,a2,b1,b2, c1,c2,c3,d1
٢	تحضير الطالب الموضوع وعرضه	5	5, 9, 13	a1,a2, b1,b2,c1, c2,c3,d1,d2



جامعة صنعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال
برنامج التسويق

a1,a2, b1, b2 c1,c2, c3, d1	اسبوعيا	5	الحوار والمشاركة التفاعلية للطلاب في القاعة	٣
===	=	20	إجمالي الدرجة Total Score	

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



vii. تقييم التعلم Learning Assessment:					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2,b1,b2, c1,c2,c3,d1	٪٢٠	٢٠	4,7,12	أنشطة وتكليفات فردية	١
a1,a2,b1, b2,c1,c2,c3, d1,d2	٪٥	٥	٥,٩,١٣	تحضير موضوع وعرضه	٢
a1, a2,b1,b2,c1,c2,d1	٪١٥	١٥	٨	اختبار تحريري نصفي	٤
جميع المخرجات	٪٦٠	٦٠	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	٥
===	100%	100	الإجمالي Total		

مصادر التعلم Learning Resources:	
١. المراجع الرئيسية Required Textbook(s): (لا تزيد عن مرجعين)	
١. حازم محمد الصيرفي، التسويق الصناعي، مؤسسه حورس الدولية، الإسكندرية، ٢٠١٩ .	
2. أحمد شاكر العسكري، التسويق الصناعي، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٧	
٢. المراجع المساندة Essential References:	
نظام سويدان، وسمير العبادي، تسويق الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠١١.	
٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.	
توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

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



خطة مقرر: تسويق زراعي

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

:General information about the course				معلومات عامة عن المقرر	
تسويق زراعي				اسم المقرر Course Title	١
				رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢
المجموع Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	٣
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture		
3			3		
المستوى الرابع - الفصل الاول				المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤
مبادئ تسويق				المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites	٥
-				المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite	٦
بكالوريوس إدارة أعمال				البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered	٧
العربية				لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨
مبنى كلية التجارة-جامعة صنعاء				مكان تدريس المقرر Location of teaching the course	٩

iii. وصف المقرر Course Description:



يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بمعارف أساسية عن التسويق و تطور المفهوم التسويقي بصفه عامه والتسويق الزراعي بصفه خاصة، وخصائص للإنتاج الزراعي والمنتجات الزراعية، ووظائف التسويق الزراعي وقنوات التسويق، و تكاليف وهوامش التسويق الزراعي و أسواق الجملة للمنتجات الزراعية و مؤسسات التسويق الأهلية وشبه الحكومية، ومدخل دراسة التسويق الزراعي ، والاداء التسويقي لتجاره الجملة وتقسيمها، و دور الحكومة في التسويق الزراعي وتحليل السياسات التسويقية الزراعية، وسياسات التسويق الزراعي الدولية.

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

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادراً على أن:
- a1- يُعرف التسويق الزراعي والمنتج الزراعي وخصائصهم المؤثرة مع تحديد وظائف التسويق الزراعي ومناقشته ومدخل دراسته.
 - a2- يوضح تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والأداء التسويقي لتجارة الجملة وقواعد تقييمه، ودور الحكومة في التسويق الزراعي وسياسات التسويق الزراعي الدولي.
 - b1 - يشرح وظائف التسويق الزراعي مبيناً كل من أنشطه التسويق الزراعي وأنشطه تسويق السلع والخدمات.
 - b2 - يحلل تكاليف وهوامش التسويق الزراعي، والسياسات التسويقية الزراعية.
 - c1 - يطبق مفاهيم الزراعة في البيئة اليمنية الواقعة.
 - c2 - يصنف مؤسسات التسويق الزراعي في اليمن مقترحاً أسس تطويرها.
 - c3- يضع تصوراً لدور الحكومة اليمنية في التسويق الزراعي.
 - d1- يتواصل بفاعلية مع الآخرين، والعمل ضمن فريق عمل مع الالتزام بأخلاقيات العمل والمهنة.
 - d2- يطور معارفه ومهاراته في مجال التسويق الزراعي من خلال التعلم الذاتي والاطلاع على الممارسات الناجحة.

v. محتوى المقرر Course Content

أولاً: الموضوعات النظرية Theoretical Aspect

الرقم Order	الوحدات (الموضوعات الرئيسية) Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics	الأسبوع Week Due	الساعات الفعلية Con. H
1	التسويق ومبادئه الأساسية	- مفهوم التسويق وتطوره التاريخي - المفهوم التسويقي في العصر الحديث - أهمية التسويق - الوظائف التسويقية - المنافع الاقتصادية للتسويق - الوسيط التسويقي - استراتيجيات التسويق	٢،١	٦
2	التسويق الزراعي	- خصائص عملية الإنتاج الزراعي - خصائص المنتجات الزراعية - اختلاف المنتج الزراعي عن المنتجات المصنفة و الخدمات	٣	٣
3	وظائف التسويق الزراعي	- الوظائف التبادلية -الوظائف المادية - الوظائف التسهيلية	٤	٣
4	قنوات التسويق	- تعرف قنوات التسويق - أهمية قنوات التسويق - عناصر قنوات التسويق	٥	٣



٦	٧,٦	- التكاليف التسويقية - الهوامش التسويقية - العوامل المؤثرة على الهوامش التسويقية -أهداف دراسة الهوامش التسويقية -طرق تقدير الهوامش التسويقية - حساب الهوامش التسويقية للسلع الزراعية	تكاليف وهوامش التسويق الزراعي	5
٣	٨	Mid-term Exam		6
٣	٩	- دور أسواق الجملة - أسواق الجملة المختلفة - التخطيط لا نشاء أسواق الجملة	أسواق الجملة للمنتجات الزراعية	7
٣	١٠	-التعاونيات التسويقية -المجالس التسويقية -المؤسسات شبه حكومية	مؤسسات التسويق الأهلية وشبه الحكومية	8
٣	١١	-المدخل السلعي - المدخل المؤسسي - المدخل الوظيفي - مدخل النظم..	مداخل دراسة التسويق	9
٣	١٢	- السوق - أنواع التنظيم السوقي - قواعد تقييم الأداء السوقي - مدخل دراسة أداء السوق - الكفاءة التشغيلية والإنتاجية	الاداء التسويقي لتجارة الجملة وقواعد تقييمها	10
٣	١٣	- تمهيد -الأسواق التنافسية -الأسواق المشوهة - السياسيات الاقتصادية - مجالات السياسيات الزراعية	دور الحكومة في التسويق الزراعي	11
٣	١٤	- تحليل السياسيات باستخدام معايير الحماية الاقتصادية -استخدام تحليل توازن السوق - استخدام مصفوفة تحليل السياسيات وأسعار الظل	تحليل السياسات التسويقية الزراعية	12
٣	١٥	--خلفية تاريخية - الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة - اتفاقية الزراعة -أسس تنظيم ربط التعريفات -اتفاقية التدابير الوقائية - اتفاقية مكافحة الأعراف -اتفاقية الدعم والرسوم التعويضية	سياسيات التسويق الزراعي الدولي	13
٣	١٦	Final Exam		14
48	16	عدد الأسابيع والساعات الفعلية		



Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies

- المحاضرات
- حل المشكلات
- التعلم التعاوني
- العروض التوضيحية
- العصف الذهني
- تمثيل الأدوار
- الحوار والمناقشة
- التعلم الذاتي
- التعلم بالاكشاف

أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
4,7,12	10	الواجبات والتكليف	١
5, 9, 13	5	تحضير الطالب الموضوع وعرضه	٢
اسبوعيا	5	الحوار والمشاركة التفاعلية للطالب في القاعة	٣
=	20	Total Score إجمالي الدرجة	

نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
%٢٠	٢٠	4,7,12	أنشطة وتكليفات فردية	١
%٢٠	٢٠	٨	اختبار تحريري نصفي	٢
%٦٠	٦٠	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	٣
100%	100	Total	الإجمالي	

مصادر التعلم :Learning Resources

١. المراجع الرئيسية :Required Textbook(s)

١. حازم محمد الصيرفي، التسويق الصناعي، مؤسسه حورس الدولية ، الإسكندرية، ٢٠١٩ .
٢. أحمد شاكر العسكري، التسويق الصناعي ، دار وائل للنشر ، عمان ،الأردن، ٢٠٠٧

٢. المراجع المساندة :Essential References

نظام سويدان، وسمير العبادي، تسويق الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠١١.

٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.

توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.



ix. 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 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



جامعة صنفاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال
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