



مواصفات المقرر: تسويق صناعي

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course				
تسويق صناعي		اسم المقرر Course Title	١	
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			٣
	محاضرات Lecture	عملي Practical	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	
٣	-	-	٣	
المستوى الرابع - الفصل الاول		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		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	

ii. وصف المقرر :Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف الأساسية الخاصة بنظام التسويق الصناعي من حيث المفهوم والتطور، وأوجه الاتفاق والاختلاف بين التسويق الصناعي والاستهلاكي، ومفهوم السلع الصناعية وخصائصها، والطلب عليها، وسلوك الشراء، وبحوث التسويق، ونظم المعلومات التسويقية الصناعية، وتجزئه السوق الصناعي، وأبعاد سياسه المنتجات وتسعير وتوزيع وترويج السلع الصناعية، كما يتناول المقرر تعريف بأهمية المعلومات للإدارة بصفه عامه وللوظيفة التسويقية بصفه خاصة ومراحل تطور نظم المعلومات ودورها في مساعده المديرين، وأنواع نظم المعلومات الوظيفية، وعلاقه النظم التسويقية بها، والتعرف على نظام المعلومات التسويقية ومكوناته، والمستلزمات الضرورية لإدارته وتشغيله، وأنواع المعلومات التسويقية ومصادرها، ودور النظام في التخطيط للأنشطة التسويقية والرقابة عليها وفي صنع القرارات التسويقية المختلفة.



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

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادراً على أن:
- a1- يُعرف السوق الصناعي والسلع الصناعية ، والمشتري الصناعي و تجزئه السوق الصناعي ومزيج التسويق والمنتج والترويج للمنتجات الصناعية.
- a2 – يذكر أهمية بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية الصناعية، ودورة حياة المنتج الصناعي وطرق تسعير ووظائف التوزيع وأهداف الترويج للسلع الصناعية.
- a3- يناقش الجهود التسويقية المناسبة للسلع الصناعية، و دوافع الشراء، واستراتيجيات السوق الصناعي المستهدف، وأبعاد المنتج الصناعي واستراتيجيات التسعير والتوزيع وترويج المنتج الصناعي.
- b1 - يحدد سمات السوق الصناعي، والطلب على السلع الصناعية، والتأثير على قرار الشراء الصناعي، وأبعاد سياسه المنتجات الصناعية.
- b2 - يقارن بين السلع الصناعية والاستهلاكية من حيث الخصائص ، والجهود التسويقية وطبيعة السوق وأسس التجزئة، ومكونات المزيج التسويقي.
- b3 - يحلل كل من العوامل المؤثرة على الطلب وعلى قرار الشراء والتسعير وتصميم قناة التوزيع والأهمية النسبية لعناصر الترويج للسلعة الصناعية.
- c1- يطبق أسس وأساليب التسويق الصناعي في الواقع العملي، مستخدماً المفاهيم والمتطلبات الملائمة في تطوير الجهود التسويقية للسلع الصناعية.
- c2- يصمم مزيجاً تسويقياً مناسباً للسلع الصناعية واستراتيجيات تسويقه مناسبة لواقع سوق السلع الصناعية.
- d1- يشارك في فريق عمل لتطوير العمل ومواجهه المشكلات التسويقية العملية للسلع الصناعية، ملتزماً بأخلاقيات المهنة في مجال عمله، وقادراً على الاتصال بزملائه ومرئوسيه بفاعلية.
- d2- يطور معارفه ومهاراته من خلال التعلم الذاتي، والاهتمام بمتابعة التجارب الناجحة ، والأساليب الحديثة في مجال التخصص.

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 والفهم بالمبادئ والنظريات والمفاهيم التسويقية المطبقة في بيئة الأعمال.	a1 - يُعرف السوق الصناعي والسلع الصناعية، والمشتري الصناعي وتجزئة السوق الصناعي ومزيج التسويق والمنتج والترويج للمنتجات الصناعية.
A4. يوضح أسس وخطوات البحث العلمي في مجال التسويق والبيع	a2 – يذكر أهمية بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية الصناعية، ودورة حياة المنتج الصناعي وطرق تسعير ووظائف التوزيع وأهداف الترويج للسلع الصناعية.
A3- يظهر المعرفة والفهم بأساليب وطرق وبرامج الاتصالات التسويقية المناسبة بالأسواق.	a3- يناقش الجهود التسويقية المناسبة للسلع الصناعية، ودوافع الشراء، واستراتيجيات السوق الصناعي المستهدف، وأبعاد المنتج الصناعي واستراتيجيات التسعير والتوزيع وترويج المنتج الصناعي.
B2. يحدد الطرق والأساليب الممكن استخدامها للوصول إلى المستهلكين والمشتريين لتحقيق الأهداف التسويقية للمنشأة.	b1- يحدد سمات السوق الصناعي، والطلب على السلع الصناعية، والتأثير على قرار الشراء الصناعي، وأبعاد سياسه المنتجات الصناعية.
B4. يقيم الاستراتيجيات التسويقية والبيعية التي تستخدمها الشركات في الواقع العملي.	b2 - يقارن بين السلع الصناعية والاستهلاكية من حيث الخصائص ، والجهود التسويقية وطبيعة السوق وأسس التجزئة، ومكونات المزيج التسويقي.



B1. يحلل عناصر المزيج التسويقي المطبق في منظمات الأعمال، الصناعية والخدمية.	يحلل كل من العوامل المؤثرة على الطلب وعلى قرار الشراء والتسعير وتصميم قناة التوزيع والأهمية النسبية لعناصر الترويج للسلعة الصناعية.	- b3
C1. يوظف النظريات والاستراتيجيات التسويقية، في معالجة المشكلات التسويقية في البيئة المحلية.	يطبق أسس وأساليب التسويق الصناعي في الواقع العملي، مستخدماً المفاهيم والمتطلبات الملائمة في تطوير الجهود التسويقية للسلع الصناعية.	-c1
C3. يصمم وينفذ الدراسات والبحوث التسويقية المتعلقة بعناصر المزيج التسويقي.	يصمم مزيجاً تسويقياً مناسباً للسلع الصناعية واستراتيجيات تسويقيه مناسبة لواقع سوق السلع الصناعية.	-c2
D1. يشارك في فرق العمل بكفاءة، وبما يمكنه من العمل في مختلف وظائف التسويق والبيع.	يشارك في فريق عمل لتطوير العمل ومواجهه المشكلات التسويقية العملية للسلع الصناعية، ملتزماً بأخلاقيات المهنة في مجال عمله، وقادراً على الاتصال بزملائه ومرئوسيه بفاعلية.	-d1
D3. يستخدم تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال والتواصل في مجال التسويق والبيع الشخصي	يطور معارفه ومهاراته من خلال التعلم الذاتي، والاهتمام بمتابعة التجارب الناجحة، والأساليب الحديثة في مجال التخصص.	-d2

مواصفة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم			
Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies			
أولاً: مواصفة 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 الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي.	- يُعرف السوق الصناعي والسلع الصناعية، والمشتري الصناعي وتجزئة السوق الصناعي ومزيج التسويق والمنتج والترويج للمنتجات الصناعية.	
- ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - لتطبيق العملي.	- يذكر أهمية بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية الصناعية، ودورة حياة المنتج الصناعي وطرق تسعير ووظائف التوزيع وأهداف الترويج للسلع الصناعية.	
- ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي.	- يناقش الجهود التسويقية المناسبة للسلع الصناعية، ودوافع الشراء، واستراتيجيات السوق الصناعي المستهدف، وأبعاد المنتج الصناعي واستراتيجيات التسعير والتوزيع وترويج المنتج الصناعي.	



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	
- الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصيرة - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي	- المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحية - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات	يحدد سمات السوق الصناعي، والطلب على السلع الصناعية، والتأثير على قرار الشراء الصناعي، وأبعاد سياسته المنتجات الصناعية.	-b1
- الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصيرة - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي	- المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحية - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات	يقارن بين السلع الصناعية والاستهلاكية من حيث الخصائص، والجهود التسويقية وطبيعة السوق وأسس التجزئة، ومكونات المزيج التسويقي.	- b2
- الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصيرة - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي	- المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحية - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات	يحلل كل من العوامل المؤثرة على الطلب وعلى قرار الشراء والتسعير وتصميم قناة التوزيع والأهمية النسبية لعناصر الترويج للسلعة الصناعية.	- b3
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	
- الواجبات والتكليفات - الاختبار القصيرة - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف	يطبق أسس وأساليب التسويق الصناعي في الواقع العملي، مستخدماً المفاهيم والمتطلبات الملائمة في تطوير الجهود التسويقية للسلع الصناعية.	-c1
- الواجبات والتكليفات - الاختبار القصيرة - المقابلة	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات	يصمم مزيجاً تسويقياً مناسباً للسلع الصناعية واستراتيجيات تسويقيه مناسبة لواقع سوق السلع الصناعية.	-c2



الملاحظة مشروع التخرج الامتحان النهائي	- العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف		
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	
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الادوار - التعليم التعاوني	يشارك في فريق عمل لتطوير العمل ومواجهه المشكلات التسويقية العملية للسلع الصناعية، ملتزماً بأخلاقيات المهنة في مجال عمله، وقادراً على الاتصال بزملائه ومرئوسيه بفاعلية.	-d1
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني	يطور معارفه ومهاراته من خلال التعلم الذاتي، والاهتمام بمتابعة التجارب الناجحة، والأساليب الحديثة في مجال التخصص.	-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
a1 ,a2, b1,c1,d1	٣	١	-مفهوم نظام التسويق الصناعي -تطور النظام -أوجه الاتفاق بين التسويق الصناعي والتسويق الاستهلاكي -أوجه الاختلاف بين التسويق الصناعي والتسويق الاستهلاكي	نظام التسويق الصناعي	1



a1,a2,a3, b2,c1,c2,d1	٣	١	- مفهوم السلع الصناعية. - طبيعة السلع الصناعية وأنواعها. - خصائص السلع الصناعية. - الجهود التسويقية الملائمة للسلع الصناعية.	السلع الصناعية	2
a1,a٣, b1,b٣, c1,c2,d1	٦	٢	- العوامل المؤثرة على الطلب الصناعي - خصائص الطلب الصناعي - أنواع الطلب على السلع الصناعية	الطلب على السلع الصناعية	3
a١,b1,b٢,c1, c2,d1,d2	٦	٢	-مفهوم المشتري الصناعي -دوافع الشراء الصناعية -التأثير على قرار الشراء الصناعي -مراحل قرار الشراء الصناعي -العلاقات التسويقية بالمشتري الصناعي	سلوك الشراء للسلع الصناعية	4
a2,a3,b1, b2,b3,c1 c2,d1	٦	٢	-مفهوم بحوث التسويق الصناعية -أنواع بحوث التسويق الصناعي -مفهوم نظم المعلومات التسويقية الصناعية وأهميتها -مكونات نظم المعلومات التسويقية الصناعية -الاستخبارات التسويقية الصناعية	بحوث التسويق ونظام معلومات التسويقية الصناعية	5
a1,a2,a3,b٢, b3,c1, c2,d1	٣	١	-مفهوم تجزئه السوق الصناعي -أسس تجزئة السوق الصناعي -استراتيجيات تحديد السوق الصناعي المستهدف	تجزئة السوق الصناعي	6



			-تحديد المزيج التسويقي المناسب		
a ¹ ,a ² ,a ³ ,b ² , c ¹ ,c ² d ¹	٦	٢	تطوير المنتجات الصناعية -مزيج المنتج الصناعي -دوره حياة المنتج الصناعي -الاستراتيجيات التسويقية المتبعة	أبعاد سياسة المنتجات الصناعية	7
a ¹ ,a ² ,a ³ , b ³ , c ¹ ,c ² ,d ¹	٣	١	-العوامل المؤثرة في تسعير السلع الصناعية -طرق تسعير السلع الصناعية -استراتيجيات تسعير السلع الصناعية -تعديل سعر السلع الصناعية	تسعير السلع الصناعية	8
a ² ,a ³ ,b ³ , c ¹ ,c ² ,d ¹ ,d ²	٣	١	-طبيعة توزيع السلع الصناعية -العوامل المؤثرة في تصميم قناة توزيع السلع الصناعية -وظائف قناة التوزيع -استراتيجيات توزيع السلع الصناعية	توزيع السلع الصناعية	9
a ¹ ,a ² ,a ³ , b ² ,b ³ ,c ¹ , c ² ,d ¹	٣	١	-الاتصال التسويقي الصناعي المتكامل -أهداف الترويج الصناعي -عناصر الترويج الصناعي -اختيار المزيج الترويجي الصناعي -الأهمية النسبية لعناصر الترويج الصناعي	ترويج السلع الصناعية	10
===	42	١٤	إجمالي 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
- التعليم الذاتي
- التعلم بالاكتشاف

vi. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments

مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م N o
a1,a2,a3,b1, b2,b3,c1,c2,d1	5,7,13	10	أنشطة وتكليفات فردية	١
a1,a2,a3,b1,b2, c1,c2,c3,d1,d2	6,10,14	5	تحضير موضوع وعرضة	٢
a1,a2,a3,b1,b2, b3 c1,c2,d1	اسبوعيا	5	الحوار والمشاركة التفاعلية للطلاب في القاعة	٣
===	==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

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,a3,b1, b2,b3,c1,c2,d1	٪٢٠	٢٠	5,7,13	أنشطة وتكليفات فردية	١
b3 a1,a2,a3,b1,b2, c1,c2,c3,d1,d2	٪٥	٥		تحضير موضوع وعرضة	٢
a1,a2,a3,b1,b2,b 3,c1,c2,d1,d2	٪١٥	١٥	٨	اختبار تحريري نصفي	٤
كل المخرجات	٪٦٠	٦٠	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	٥



===	100%	10	Total الإجمالي
-----	------	----	----------------

مصادر التعلم Learning Resources:			
١. المراجع الرئيسية (Required Textbook(s):			
١. جازم 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.			

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 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.	
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	



خطة مقرر: تسويق صناعي

i. معلومات عن أستاذ المقرر Information about Faculty Member Responsible for the Course						
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.
			3			البريد الإلكتروني E-mail

ii. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course					
تسويق صناعي			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 بالمعارف الأساسية الخاصة بنظام التسويق الصناعي من حيث المفهوم والتطور، وأوجه الاتفاق والاختلاف بين التسويق الصناعي والاستهلاكي، ومفهوم السلع الصناعية وخصائصها، والطلب عليها، وسلوك الشراء، وبحوث التسويق، ونظم المعلومات التسويقية الصناعية، و تجزئه السوق الصناعي، وأبعاد سياسه المنتجات وتسعير وتوزيع وترويج السلع الصناعية، كما يتناول هذا المقرر تعريف بأهمية المعلومات للإدارة بصفه عامه وللوظيفة التسويقية بصفه خاصة ومراحل تطور نظم المعلومات ودورها في مساعده المديرين، وأنواع نظم المعلومات الوظيفية، وعلاقه النظم التسويقية بها، والتعرف على نظم المعلومات التسويقية ومكوناته، و المستلزمات الضرورية لإدارته وتشغيله، وأنواع المعلومات التسويقية ومصادرها، ودور النظام في التخطيط للأنشطة التسويقية والرقابة عليها وفي صنع القرارات التسويقية المختلفة.

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

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- a1- يُعرف السوق الصناعي والسلع الصناعية، والمشتري الصناعي و تجزئه السوق الصناعي ومزيج التسويق والمنتج والترويج للمنتجات الصناعية.
 - a2 - يذكر أهمية بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية الصناعية، ودورة حياة المنتج الصناعي وطرق تسعير ووظائف التوزيع وأهداف الترويج للسلع الصناعية.
 - a3- يحدد الجهود التسويقية المناسبة للسلع الصناعية، و دوافع الشراء، واستراتيجيات السوق الصناعي المستهدف، وأبعاد المنتج الصناعي واستراتيجيات التسعير والتوزيع وترويج المنتج الصناعي .
 - b1- يشرح سمات السوق الصناعي، والطلب على السلع الصناعية، والتأثير على قرار الشراء الصناعي، وأبعاد سياسه المنتجات الصناعية.
 - b2 - يقارن بين السلع الصناعية والاستهلاكية من حيث الخصائص، والجهود التسويقية وطبيعة السوق وأسس التجزئة، ومكونات المزيج التسويقي.
 - b3 - يحلل كل من العوامل المؤثرة على الطلب وعلى قرار الشراء والتسعير وتصميم قناة التوزيع والأهمية النسبية لعناصر الترويج للسلعة الصناعية.
 - c1- يطبق أسس وأساليب التسويق الصناعي في الواقع العملي، مستخدماً المفاهيم والمتطلبات الملائمة في تطوير الجهود التسويقية للسلع الصناعية.
 - c2- يصمم مزيجاً تسويقياً مناسباً للسلع الصناعية واستراتيجيات تسويقيه مناسبة لواقع سوق السلع الصناعية.
 - d1- يشارك في فريق عمل لتطوير العمل ومواجهه المشكلات التسويقية العملية للسلع الصناعية، ملتزماً بأخلاقيات المهنة في مجال عمله، وقادراً على الاتصال بزملائه ومرئوسيه بفاعلية.
 - d2- يطور معارفه ومهاراته من خلال التعلم الذاتي، والاهتمام بمتابعة التجارب الناجحة، والأساليب الحديثة في مجال التخصص.

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	نظام التسويق الصناعي	- مفهوم نظام التسويق الصناعي - تطور النظام - أوجه الاتفاق بين التسويق الصناعي والتسويق الاستهلاكي - أوجه الاختلاف بين التسويق الصناعي والتسويق الاستهلاكي	١	٣
2	السلع الصناعية	- مفهوم السلع الصناعية. - طبيعة السلع الصناعية وأنواعها.	٢	٣



		- خصائص السلع الصناعية. - الجهود التسويقية الملائمة للسلع الصناعية.		
٦	٤,٣	- العوامل المؤثرة على الطلب - خصائص الطلب الصناعي - أنواع الطلب على السلع الصناعية -	الطلب على السلع الصناعية	3
٦	٦,٥	- مفهوم المشتري الصناعي - دوافع الشراء الصناعية - التأثير على قرار الشراء الصناعي - مراحل قرار الشراء الصناعي - العلاقات التسويقية بالمشتري الصناعي	سلوك الشراء للسلع الصناعية	4
٦	٨,٧	- مفهوم بحوث التسويق الصناعية - أنواع بحوث التسويق الصناعي - مفهوم نظم المعلومات التسويقية الصناعية وأهميتها - مكونات نظم المعلومات التسويقية الصناعية - الاستخبارات التسويقية الصناعية	بحوث التسويق ونظام معلومات التسويقية الصناعية	5
٣	٩		Mid-term Exam	6
٣	١٠	- مفهوم تجزئة السوق الصناعي - أسس تجزئة السوق الصناعي - استراتيجيات تحديد السوق الصناعي المستهدف - تحديد المزيج التسويقي المناسب	تجزئة السوق الصناعي	7
٦	١٢,١١	- تطوير المنتجات الصناعية - مزيج المنتج الصناعي - دوره حياة المنتج الصناعي - الاستراتيجيات التسويقية المتبعة	أبعاد سياسة المنتجات الصناعية	8
٣	١٣	- العوامل المؤثرة في تسعير السلع الصناعية - طرق تسعير السلع الصناعية - استراتيجيات تسعير السلع الصناعية - تعديل سعر السلع الصناعية	تسعير السلع الصناعية	9
٣	١٤	- طبيعة توزيع السلع الصناعية - العوامل المؤثرة في تصميم قناة توزيع السلع الصناعية - وظائف قناة التوزيع - استراتيجيات توزيع السلع الصناعية	توزيع السلع الصناعية	10
٣	١٥	- الاتصال التسويقي الصناعي المتكامل - أهداف الترويج الصناعي - عناصر الترويج الصناعي - اختيار المزيج الترويجي الصناعي - الأهمية النسبية لعناصر الترويج الصناعي	ترويج السلع الصناعية	11



٣	١٦	Final Exam
48	16	عدد الأسابيع والساعات الفعلية

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies
<ul style="list-style-type: none">المحاضراتحل المشكلاتالتعلم التعاونيالعروض التوضيحيةالعصف الذهنيتمثيل الأدوارالحوار والمناقشةالتعليم الذاتيالتعلم بالاكتشاف

أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
5,7,13	10	أنشطة وتكليفات فردية	١
6,10,14	5	تحضير موضوع وعرضة	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	5,7,13	أنشطة وتكليفات فردية	١
٥٪	٥		تحضير موضوع وعرضة	٢
١٥٪	١٥	٨	اختبار تحريري نصفي	٤
٦٠٪	٦٠	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	٥
100%	100	Total إجمالي		

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 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 شؤون 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
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