



مواصفات المقرر: نظم معلومات تسويقية

| i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course | | | | | |
|---|----------------------------------|---|--------------------|--|---|
| نظم معلومات تسويقية | | اسم المقرر Course Title | ١ | | |
| | | رمز المقرر ورقمه Course Code and Number | ٢ | | |
| الإجمالي Total | الساعات المعتمدة Credit Hours | | | الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours | ٣ |
| | سمنار/تمارين Seminar/Tutorial | عملي Practical | محاضرات Lecture | | |
| ٣ | - | - | ٣ | | |
| المستوى الثالث - الفصل الثاني | | المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester | ٤ | | |
| مبادئ تسويق - حاسب الي | | المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any) | ٥ | | |
| لا يوجد | | 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 | | |

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

| ii. وصف المقرر :Course Description |
|---|
| يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف الأساسية حول أهمية 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، و المستلزمات 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 قادرا على أن: |



| |
|---|
| a1- يُعرف أهمية المعلومات للإدارة، ومفهوم نظم المعلومات التسويقية، مكوناته المختلفة وعلاقة نظام المعلومات التسويقية بنظام المعلومات الإدارية للمنظمة والأنظمة الوظيفية الأخرى. |
| a2- يعدد أنواع المعلومات التسويقية ومصادرها، ودور النظام في التخطيط التسويقي والرقابة التسويقية، واتخاذ القرارات التسويقية المختلفة. |
| a3 يذكر استراتيجيات الأسواق المستهدفة، واصفاً أدوات التحليل الاستراتيجي، واستراتيجيات المزيج التسويقي وعناصر الرقابة الاستراتيجية التسويقية. |
| b1- يشرح ضرورة توفر نظم المعلومات الإدارية عامة ونظام المعلومات التسويقية خاصة في منظمات الأعمال المعاصرة، مقارناً بين أنواع نظم المعلومات الأخرى ونظام المعلومات التسويقية وأدوارها. |
| b2- يقيم مجالات الدعم التي يقدمها نظام المعلومات التسويقية للمديرين في المواقف المختلفة. |
| c1- يصنف نوع نظام المعلومات المستخدم في الواقع العملي ومدى الاستفادة منه. |
| c2- يعد مقترحات لتطوير النظام المستخدم في الواقع العملي لزيادته فاعليته. |
| c3- يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها. |
| d1- يعمل ضمن فريق عمل لتطوير امكانيات نظم المعلومات التسويقية للمنظمة. |
| d2- يلتزم بإخلاص بأخلاقيات العمل في مجال المعلومات والمحافظة على خصوصيتها. |
| d3- يطور مستواه المعرفي والمهني من خلال التعلم الذاتي والتطوير المستمر. |

| مواصلة 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 أهمية المعلومات للإدارة، ومفهوم نظم المعلومات التسويقية، مكوناته المختلفة وعلاقة نظام المعلومات التسويقية بنظام المعلومات الإدارية للمنظمة والأنظمة الوظيفية الأخرى. |
| A3- يظهر المعرفة والفهم بأساليب وطرق وبرامج الإتصالات التسويقية المناسبة بالأسواق | a2- يعدد أنواع المعلومات التسويقية ومصادرها، ودور النظام في التخطيط التسويقي والرقابة التسويقية، واتخاذ القرارات التسويقية المختلفة. |
| A3- يظهر المعرفة والفهم بأساليب وطرق وبرامج الإتصالات التسويقية المناسبة بالأسواق | a3 يذكر استراتيجيات الأسواق المستهدفة، واصفاً أدوات التحليل الاستراتيجي، واستراتيجيات المزيج التسويقي وعناصر الرقابة الاستراتيجية التسويقية. |
| B2. يحدد الطرق والأساليب الممكن استخدامها للوصول إلى المستهلكين والمشتريين لتحقيق الأهداف التسويقية للمنشأة. | b1- يشرح ضرورة توفر نظم المعلومات الإدارية عامة ونظام المعلومات التسويقية خاصة في منظمات الأعمال المعاصرة، مقارناً بين أنواع نظم المعلومات الأخرى ونظام المعلومات التسويقية وأدوارها. |
| B4. يقيم الاستراتيجيات التسويقية والبيعية التي تستخدمها الشركات في الواقع العملي. | b2- يقيم مجالات الدعم التي يقدمها نظام المعلومات التسويقية للمديرين في المواقف المختلفة. |
| C2. يعد الخطط والبرامج التسويقية والبيعية للأسواق الحالية والمستهدفة المحلية والخارجية. | c1- يصنف نوع نظام المعلومات المستخدم في الواقع العملي ومدى الاستفادة منه. |
| C1. يوظف النظريات والاستراتيجيات التسويقية، في معالجة المشكلات التسويقية في البيئة المحلية. | c2- يعد مقترحات لتطوير النظام المستخدم في الواقع العملي لزيادته فاعليته. |
| C3. يصمم وينفذ الدراسات والبحوث التسويقية المتعلقة بعناصر المزيج التسويقي | c3- يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها. |



| | | |
|---|-----|--|
| D1. يشارك في فرق العمل بكفاءة، وبما يمكنه من العمل في مختلف وظائف التسويق والبيع. | -d1 | يعمل ضمن فريق عمل لتطوير امكانيات نظم المعلومات التسويقية للمنظمة. |
| D2. يلتزم بالقيم الأخلاقية المهنية في عملية التسويق، بعيداً عن وسائل الخداع التسويقي. | -d2 | يلتزم بإخلاص بأخلاقيات العمل في مجال المعلومات والمحافظة على خصوصيتها. |
| D3. يستخدم تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال والتواصل في مجال التسويق والبيع الشخصي | -d3 | يطور مستواه المعرفي والمهني من خلال التعلم الذاتي والتطوير المستمر. |

| 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 أهميه المعلومات للإدارة، ومفهوم نظم المعلومات التسويقية، ومكوناته المختلفة وعلاقة نظام المعلومات التسويقية بنظام المعلومات الإدارية للمنظمة والأنظمة الوظيفية الأخرى. | - a1 |
| - 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. | يعدد أنواع المعلومات التسويقية ومصادرها، ودور النظام في التخطيط التسويقي والرقابة التسويقية، واتخاذ القرارات التسويقية المختلفة. | - a2 |
| - 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. | يذكر استراتيجيات الأسواق المستهدفة، واصفاً أدوات التحليل الاستراتيجي، واستراتيجيات المزيج التسويقي وعناصر الرقابة الاستراتيجية التسويقية. | -a3 |
| ثانياً: مواصفة 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 والتكاليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي | - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات | يشرح ضرورة توفر نظم المعلومات الإدارية عامة ونظام المعلومات التسويقية خاصة في منظمات الأعمال المعاصرة ،مقارناً بين أنواع نظم المعلومات الأخرى ونظام المعلومات التسويقية وأدوارها . | -b1 |
| - الواجبات والتكاليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي | - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات | يقيم مجالات الدعم التي يقدمها نظام المعلومات التسويقية للمديرين في المواقف المختلفة. | - b2 |

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 والتكاليفات - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي | - العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف | يصنف نوع نظام المعلومات المستخدم في الواقع العملي ومدى الاستفادة منه. | -c1 |
| - الواجبات والتكاليفات - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي | - العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف | يقدم مقترحات لتطوير النظام المستخدم في الواقع العملي لزيادته فاعليته. | -c2 |
| - الواجبات والتكاليفات - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي | - العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف | يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها. | -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 | |
| - الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي | - العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني | يعمل ضمن فريق عمل لتطوير امكانيات نظم المعلومات التسويقية للمنظمة | -d1 |
| - الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي | - العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني | يلتزم بأخلاقيات العمل في مجال المعلومات والمحافظة على خصوصيتها. | -d2 |
| - الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي | - العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني | يطور مستواه المعرفي والمهني من خلال التعلم الذاتي والتطوير المستمر. | -d3 |

| 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,b1,c1,d1,d3 | ٣ | ١ | - أهمية المعلومات - أهمية نظم المعلومات - تطور نظم المعلومات الإدارية | أهمية نظم المعلومات وتطورها | 1 |



| | | | | | |
|-----------------------|---|---|--|--|---|
| a1,b1,c1,d1,d3 | ٣ | ١ | - مفهوم النظام ومكوناته . - مفهوم نظام المعلومات الإدارية . - المعلومات الإدارية . - خصائص المعلومات الإدارية . - علاقة نظام المعلومات الإدارية بنظام المعلومات التسويقية . | نظم المعلومات وعلاقتها بنظام المعلومات التسويقية | 2 |
| a1, b1,b2, c1,c2,d1 | ٣ | ١ | - مفهوم نظام المعلومات التسويقية وأبعاده - مراحل تطور نظام المعلومات التسويقية - علاقه نظام المعلومات التسويقية بالأنظمة الوظيفية الأخرى - عوامل الاهتمام بنظام المعلومات التسويقية | نظم المعلومات التسويقية وعلاقته بالأنظمة الوظيفية الأخرى | 3 |
| a1,b1,b2,c1, c2,d1,d2 | ٣ | ١ | - المدخلات ومصادرهما . - عمليات المعالجة . - المخرجات وأنواعها . - التغذية العكسية | عناصر نظام المعلومات التسويقية | 4 |



| | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|--|---|
| a2,b1,b2,c1, c2,d1,d3 | ٦ | ٢ | - المستلزمات البشرية خصائصها ومصادر ها -الاجهزة والمعدات -الحاسبات -أجهزة ومعدات الاتصال -البرمجيات -خطوات إعداد البرنامج | المستلزمات الضرورية لإدارة وتشغيل نظام المعلومات التسويقية | 5 |
| a1,a2,b1,b2,c1,c2 | ٣ | ١ | -نظام التقارير الداخلية نظام البحوث التسويقية نظام استخبارات التسويق نظام التحليل ودعم القرارات التسويقية | مكونات نظام المعلومات التسويقية | 6 |
| a2,b1, b2, c1,c2,d1,d3 | ٣ | ١ | - أنواع المعلومات التسويقية - حسب طبقة النشاط الإداري - حسب مصدر توليد المعلومات - حسب أسلوب التجمع - مصادر المعلومات التسويقية | أنواع المعلومات التسويقية ومبادئها | 7 |



| | | | | | |
|-------------------------------|---|---|--|---|----|
| a1,a2,b1, b2, c1,c2,d1,d3 | ٦ | ٢ | - تحليل حاجات المستخدمين - دور النظام في التخطيط للأنشطة التسويقية - دور النظام في الرقابة على الأنشطة التسويقية | دور نظام المعلومات التسويقية في التخطيط و الرقابة على الأنشطة التسويقية | 8 |
| a1,a2,b1, b2, c1,c2, c3,d1,d3 | ٦ | ٢ | - دور نظام التسويق في صنع القرارات الاستراتيجية التسويقية - دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات المزيج التسويقي - دور النظام في صنع القرارات في إطار دورة حياة المنتج | دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية | 9 |
| a2,b1,c1,c2, c3,d2 | ٣ | ١ | - مفهوم الخصوصية - أهمية خصوصية البيانات والمعلومات التسويقية - الحقائق المرتبطة بالخصوصية - أساليب الخصوصية | خصوصية البيانات والمعلومات التسويقية | 10 |
| a1,a2,b1,b2,c1,c2,c3,d1,d3 | ٣ | ١ | - مفهوم نظام دعم | نظام دعم القرارات التسويقية | 11 |



| | | | | |
|-----|----|----|--|--|
| | | | القرارات وخصائصه - مكونات النظام - مراحل تصميم النظام - - دور النظام في صنع القرارات التسويقية | |
| === | 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 بالاكتشاف | |

| .vi الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments | | | | |
|--|---------------------------|----------------------------|--|---------|
| مخرجات التعلم CILOs (symbols) | أسبوع التنفيذ Week Due | الدرجة المستحقة Mark | الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks | م No |
| a1,a2,b1 b2,c1,c2,d1,d 3 | 3,6,12 | 10 | الواجبات والتكاليف | ١ |
| a1,a2,b1,b2, c1,c2,c3,d1,d 3 | 4,7,11 | 5 | تقديم الطالب وعرض الموضوع محضر | ٢ |
| a1,a2,b1,b2, c1,c2,d1,d3 | اسبوعيا | 5 | الحوار والمشاركة التفاعلية للطلاب في القاعة | ٣ |
| === | = | 20 | إجمالي الدرجة Total Score | |

| |
|---|
| .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,d1,d3 | ٪٢٠ | ٢٠ | 3,6,1 2 | الواجبات والتكاليف | ١ |
| a1, a2,b1 ,b2,c1,c2,c3,d1,d3 | ٪٥ | ٥ | 4,7,1 1 | تقديم الطالب وعرضه الموضوع | ٢ |
| a1,a2,b1,b2,c1,c2,d1,d 3 | ٪١٥ | ١٥ | ٨ | اختبار تحريري نصفي | ٤ |
| جميع مخرجات التعلم | ٪٦٠ | ٦٠ | نهائية الفصل | الامتحان النهائي | ٥ |
| === | 100% | 100 | | Total الإجمالي | |

| مصادر التعلم Learning Resources : كتابة المراجع للمقرر (اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر). |
|--|
| ١. المراجع الرئيسية (Required Textbook(s) : (لا تزيد عن مرجعين) ١- عبد الخالق باعلوي، نظم معلومات التسويقية، صنعاء، اتخاذ القرارات التسويقية، صنعاء، ٢٠١٥ ٢- تيسير العجارمة، محمد الطائي، نظم معلومات التسويقية، عمان ، الأردن، دار النشر إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨. |
| ٢. المراجع المساندة (Essential References : ١- عبدالرحمن الصباح، نظم المعلومات الإدارية، عمان، الأردن، دار زهران، ١٩٩٠ ٢- رايموند وكليود، ترجمة سرور علي سرور وعاصم الحماحمي، نظم المعلومات الإدارية، الرياض، دار المريخ للنشر، ١٩٩٠. |
| ٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت etc. ... Electronic Materials and Web Sites 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 ثلاث 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 للطلاب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان | |



| | |
|---|---|
| 4 | - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية. <u>التعيينات والمشاريع Assignments & Projects:</u> - 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. |
| 5 | <u>الغش Cheating:</u> - 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 للتكاليف. |
| 6 | <u>الانتحال Plagiarism:</u> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك |
| 7 | <u>سياسات أخرى Other policies:</u> - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ |



خطة مقرر: نظم معلومات تسويقية

| 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 |

| ix. معلومات عامة عن المقرر | | | | |
|---------------------------------------|----------------------------------|--|--------------------|---|
| :General information about the course | | | | |
| نظم معلومات تسويقية | | 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 الثالث - الفصل الثاني | | المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester | ٤ | |
| مبادئ تسويق - حاسب الي | | 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 | |

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



x. وصف المقرر Course Description:

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف الأساسية حول أهمية المعلومات للإدارة بصفه عامه وللوظيفة التسويقية بصفه خاصة ومرآحل تطور نظم المعلومات ودورها في مساعده المديرين، وأنواع نظم المعلومات الوظيفية، وعلاقه النظم التسويقية بها، والتعرف على نظام 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.

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

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- a1- يُعرف أهمية المعلومات للإدارة، ومفهوم نظم المعلومات التسويقية، مكوناته المختلفة وعلاقة نظام المعلومات التسويقية بنظام المعلومات الإدارية للمنظمة والأنظمة الوظيفية الأخرى.
- a2- يحدد أنواع المعلومات التسويقية ومصادرها، ودور النظام في التخطيط التسويقي والرقابة التسويقية، واتخاذ القرارات التسويقية المختلفة.
- a3 يذكر استراتيجيات الأسواق المستهدفة، واصفاً أدوات التحليل الاستراتيجي، واستراتيجيات المزيج التسويقي وعناصر الرقابة الاستراتيجية التسويقية.
- b1- يشرح ضرورة توفر نظم المعلومات الإدارية عامة ونظام المعلومات التسويقية خاصة في منظمات الأعمال المعاصرة، مقارناً بين أنواع نظم المعلومات الأخرى ونظام المعلومات التسويقية وأدوارها.
- b2- يقيم مجالات الدعم التي يقدمها نظام المعلومات التسويقية للمديرين في المواقف المختلفة.
- c1- يصنف نوع نظام المعلومات المستخدم في الواقع العملي ومدى الاستفادة منه.
- c2- يعد مقترحات لتطوير النظام المستخدم في الواقع العملي لزياده فاعليته.
- c3- يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها.
- d1- يعمل ضمن فريق عمل لتطوير امكانيات نظم المعلومات التسويقية للمنظمة.
- d2- يلتزم بأخلاص بأخلاقيات العمل في مجال المعلومات والمحافظة على خصوصيتها.
- d3- يطور مستواه المعرفي والمهني من خلال التعلم الذاتي والتطوير المستمر.

xii. 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 |
|----------------|---|---|------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | أهميه نظم المعلومات وتطورها | - أهميه المعلومات - أهميه نظم المعلومات - تطور نظم المعلومات الإدارية | W1 | ٣ |
| 2 | نظم المعلومات وعلاقتها بنظام المعلومات التسويقية | - مفهوم النظام ومكوناته . - مفهوم نظام المعلومات الإدارية. - المعلومات – البيانات. - خصائص المعلومات | W2 | ٣ |



| | | | | |
|---|--------|--|---|---|
| | | - علاقة نظام المعلومات الإدارية بنظام المعلومات التسويقية. | | |
| 3 | W3 | - مفهوم نظام المعلومات التسويقية وأبعاده - مراحل تطور نظام المعلومات التسويقية - علاقة نظام المعلومات التسويقية بالأنظمة الوظيفية الأخرى - عوامل الاهتمام بنظام المعلومات التسويقية | نظم المعلومات التسويقية وعلاقته بالأنظمة الوظيفية الأخرى | 3 |
| 3 | W4 | - المدخلات ومصادرها. - عمليات المعالجة. - المخرجات وأنواعها. - التغذية العكسية | عناصر نظام المعلومات التسويقية | 4 |
| 6 | W5 w6 | - المستلزمات البشرية خصائصها ومصادرها - الاجهزة والمعدات الحاسبات - أجهزة ومعدات الاتصال البرمجيات - خطوات إعداد البرنامج | المستلزمات الضرورية لإدارة وتشغيل نظام المعلومات التسويقية | 5 |
| 3 | W7 | - نظام التقارير الداخلية - نظام البحوث التسويقية - نظام استخبارات التسويق - نظام التحليل ودعم القرارات التسويقية | مكونات نظام المعلومات التسويقية | 6 |
| 3 | W8 | - أنواع المعلومات التسويقية - حسب طبقة النشاط الإداري - حسب مصدر توليد المعلومات - حسب أسلوب التجمع - مصادر المعلومات التسويقية | أنواع المعلومات التسويقية ومبادئها | 7 |
| 6 | W9 w10 | - تحليل حاجات المستفيدين - دور النظام في التخطيط للأششطة التسويقية - دور النظام في الرقابة على الأنشطة التسويقية | دور نظام المعلومات التسويقية في التخطيط و الرقابة على الأنشطة التسويقية | 8 |
| 6 | W11 | - دور نظام التسويق في صنع القرارات الاستراتيجية التسويقية | دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية | 9 |



| | | | | |
|----|---------|--|--------------------------------------|----|
| | | - دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات المزيج التسويقي - دور النظام في صنع القرارات في إطار دورة حياة المنتج | | |
| 3 | W12 | - مفهوم الخصوصية - أهمية خصوصية البيانات والمعلومات التسويقية - الحقائق المرتبطة بالخصوصية - أساليب الخصوصية | خصوصية البيانات والمعلومات التسويقية | 10 |
| 3 | W13 | - مفهوم نظام دعم القرارات وخصائصه - مكونات النظام - مراحل تصميم النظام - دور النظام في صنع القرارات التسويقية | نظام دعم القرارات التسويقية | 11 |
| 6 | W14 w15 | | عرض ومناقشة أبحاث الطلاب | 12 |
| 3 | W16 | | الاختبار 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 الأدوارالحوار والمناقشةالتعليم الذاتيالتعلم بالاكتشاف | |

| xiii. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments | | | |
|---|-------------------------|---|---------|
| أسبوع التنفيذ Week Due | الدرجة المستحقة Mark | الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks | م No |
| 3,6,12 | 10 | الواجبات والتكاليف | ١ |
| 4,7,11 | 5 | تقديم الطالب وعرض الموضوع محضر | ٢ |



| | | | |
|---------|----|---|---|
| اسبوعيا | 5 | الحوار والمشاركة التفاعلية للطالب في القاعة | ٣ |
| == | 20 | Total Score إجمالي الدرجة | |

| .xiv. تقييم التعلم Learning Assessment: | | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------|-------------|--|
| الرقم No. | أنشطة التقييم Assessment Tasks | أسوع التقييم Week due | الدرجة Mark | نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment |
| ١ | الواجبات والتكاليف | 3,6,12 | ٢٠ | ٢٠% |
| ٢ | تقديم الطالب وعرضه الموضوع | 4,7,11 | ٥ | ٥% |
| ٤ | اختبار تحريري نصفي | ٨ | ١٥ | ١٥% |
| ٥ | الامتحان النهائي | نهاية الفصل | ٦٠ | ٦٠% |
| Total إجمالي | | | 100 | 100% |

| مصادر التعلم Learning Resources: كتابة المراجع للمقرر (اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر). | |
|--|--|
| ١. المراجع الرئيسية Required Textbook(s): (لا تزيد عن مرجعين) | |
| ١- عبد الخالق باعلوي، نظم معلومات التسويقية، صنعاء، اتخاذ القرارات التسويقية، صنعاء، ٢٠١٥ | |
| ٢- تيسير العجامة، محمد الطائي، نظم معلومات التسويقية، عمان، الأردن، دار النشر إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨. 1- | |
| ٢. المراجع المساندة Essential References: | |
| ١. عبدالرحمن الصباح، نظم المعلومات الإدارية، عمان، الأردن، دار زهران، ١٩٩٠ | |
| ٢. رايموند وكليود، ترجمة سرور علي سرور وعاصم الحماحمي، نظم المعلومات الإدارية، الرياض، دار المريخ للنشر، ١٩٩٠ | |
| ٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت. Electronic Materials and Web Sites etc. ... | |
| توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت. | |

| .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 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 |



| | |
|---|---|
| 4 | - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية. <u>التعيينات والمشاريع Assignments & Projects:</u> - 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. |
| 5 | <u>الغش Cheating:</u> - 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 للتكاليف. |
| 6 | <u>الانتحال Plagiarism:</u> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك |
| 7 | <u>سياسات أخرى Other policies:</u> - 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