



## توضيف مقرر تسويق المشروعات

### i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course

<b>تسويق المشروعات</b> <b>Credit Hours</b> <b>Total</b> <b>3</b>	<b>اسم المقرر</b> <b>Course Title</b> <b>.1</b>
	<b>رمز المقرر ورقمه</b> <b>Course Code and Number</b> <b>.2</b>
	<b>الساعات المعتمدة للمقرر</b> <b>Credit Hours</b> <b>.3</b>
<b>الإجمالي</b> <b>Total</b> <b>3</b>	<b>ساعات المعتمدة</b> <b>Credit Hours</b> <b>3</b>
<b>المستوى والفصل الدراسي</b> <b>Study Level and Semester</b> <b>المستوى الرابع - الفصل الدراسي الأول</b>	<b>.4</b>
	<b>المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت)</b> <b>Pre-requisites (if any)</b> <b>.5</b>
	<b>المتطلبات المصاحبة (إن وجدت)</b> <b>Co-requisites (if any)</b> <b>.6</b>
<b>الاقتصاد والمالية - تخصص اقتصاد وتمويل المشروعات الصغيرة</b>	<b>البرنامج الذي يدرس له المقرر</b> <b>Program (s) in which the course is offered</b> <b>.7</b>
<b>اللغة العربية</b>	<b>لغة تدريس المقرر</b> <b>Language of teaching the course</b> <b>.8</b>
<b>نظام الفصل الدراسي</b>	<b>نظام الدراسة</b> <b>Study System</b> <b>.9</b>
<b>د: فضل محمودي</b>	<b>معد(و) مواصفات المقرر</b> <b>Prepared By</b> <b>.10</b>
	<b>تاريخ اعتماد مواصفات المقرر</b> <b>Date of Approval</b> <b>.11</b>

### ii. وصف المقرر :Course Description

<p>يعتبر مقرر تسويق المشروعات من الموضوعات الحديثة والمهمة في مجال التسويق ، ويهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات الأساسية لتسويق المشروعات وأهمية تطبيقها في المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، والتعرف على المشاكل التي تواجه هذه المشاريع في تسويق مخرجاتها ، والفرق الأساسية بين التسويق في المنظمات الصناعية والتجارية وبين التسويق في المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، كما يتناول المقرر مفاهيم تطبيقية أساسية حول تحويل أسواق المستهلكين والسلوك الشرائي والقرارات الشرائية، وتحليل المنافسة وبناء العلامة التجارية للمشروع في الأسواق المستهدفة و تصميم برنامج المزيج التسويقي الفعال للمشروع، وتطوير عملية البيع الاحترافي ، والتميز في خدمة العملاء في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، كما يركز المقرر على عملية السوق الإلكتروني وتطبيق أدواته ونماذجه في تسويق المشروعات الصغيرة والمتوسطة مع التعرض لواقع التسويق في المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية..</p>
---

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

<p>بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرًا على أن:</p>
<p>a1: يعرف المفاهيم الأساسية لتسويق المشاريع ، وعناصره الرئيسية ..</p>
<p>a2: يشرح خطوات تحليل الأسواق والمنافسة كيفية اختيار واستهداف الأسواق الجذابة لخدمتها بكفاءة</p>
<p>b1: يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسويق الخدمات للمشروعات الصغيرة ، في بيئه الأعمال التنافسية.</p>
<p>b2: يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئه الأعمال حسب الظروف البيئية.</p>
<p>c1: يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة .</p>
<p>c2: يصمم ويطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والكتروني الفعال للمشروع (p's8)</p>
<p>d1: يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعملاء الذين يتعاملون مع مشروعه.</p>
<p>d2: يدير الوقت بفعالية وبما يمكنه من العمل الجماعي مع فرق العمل البيعية والتسويقية.</p>



#### iv. مواعدة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

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

مخرجات التعلم المقصدودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصدودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)
<b>المعرفة والفهم: بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادرًا على أن"</b>	
A1. بين الأسس والمبادئ والنظريات الاقتصادية والمالية والادارية والمحاسبية المتعلقة بالمشروعات الصغيرة.	يعرف المفاهيم الأساسية لتسويق المشاريع وعناصره الرئيسية. - a1
A2. يوضح القضايا والظواهر الاقتصادية والمالية والادارية المعاصرة ذات الصلة بالمشروعات الصغيرة.	يشرح خطوات تحليل الأسواق والمنافسة كيفية اختيار واستهداف السوق الجذابة لخدمتها بكفاءة. - a2
<b>المهارات الذهنية: بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادرًا على أن:</b>	
B1. يحلل الظواهر والقضايا الاقتصادية والمالية والادارية الخاصة بالمشروعات الصغيرة.	يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسويق الخدمات للمشروعات الصغيرة ، في بيئة الأعمال التنافسية. - b1
B3. يحدد نظريًا وكيفًا العلاقات بين المتغيرات، ويتتبأ بمستقبل الظواهر والعلاقات الاقتصادية والادارية الواقعية.	يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئة الأعمال حسب الظروف البيئية. b2
<b>المهارات العملية والمهنية: بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادرًا على أن:</b>	
C1. يوظف الأساليب الرياضية والأشكال البيانية والاحصاء والمحاسبة والقانون والادارة وتطبيقات الحاسوب في مجال تخصصه.	يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة . c1
C3. يطبق النظريات الاقتصادية ونظريات التمويل والاستثمار في ريادة الاعمال للمشروعات الصغيرة.	يصمم ويتطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والاكتروني الفعال للمشروع (p's8) (p's8)
<b>المهارات الانتقالية (العامة): بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادرًا على أن</b>	
D2. يعمل منفرداً أو ضمن فريق، ويتوصل بفعالية مع الوحدات والمؤسسات الاقتصادية والمالية والادارية والبيئة المحيطة، ويتميز بسمات القيادة.	يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعملاء الذين يتعاملون مع مشروعه. d1
	يدبر الوقت بفاعلية وبما يمكنه من العمل الجماعي مع فرق العمل البيعية والتسويقية. d2

#### مواعدة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقويم

Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies

##### أولاً: مواعدة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقويم:

First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs
- التكاليف والتقارير الفردية والجماعية - امتحانات سريعة - المشاركة في قاعة الدرس - امتحانات تحريرية	- المحاضرة والعرض الإيضاحية - الحوار والمناقشة -- العصف الذهني - المهام والأنشطة ومجموعات العمل	يعرف المفاهيم الأساسية لتسويق المشاريع ، وعناصره الرئيسية.. - a1
- التكاليف والتقارير الفردية والجماعية - امتحانات سريعة - المشاركة في قاعة الدرس - امتحانات تحريرية	المحاضرة والعرض الإيضاحية - الحوار والمناقشة - العصف الذهني - المهام والأنشطة ومجموعات العمل	يشرح خطوات تحليل الأسواق والمنافسة كيفية اختيار واستهداف السوق الجذابة لخدمتها بكفاءة - a2



### ثانياً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر / المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تقييم التكاليف.</li> <li>- تقييم العروض الإيضاحية</li> <li>- تقييم المناقشة والحوار.</li> <li>- امتحان شفوي</li> <li>- تقييم مشاركة الطالب في القاعة</li> <li>- تقييم التقارير</li> <li>- امتحانات تحريرية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- المحاضرة</li> <li>- العروض الإيضاحية</li> <li>- الحوار والمناقشة</li> <li>- العصف الذهني</li> <li>- المهام والأنشطة وجموعات العمل</li> <li>- مهام بحثية</li> </ul>	<p>يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسويق الخدمات للمشروعات الصغيرة ، في بيئة الأعمال التنافسية.</p>	- b1
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تقييم التكاليف.</li> <li>- تقييم العروض الإيضاحية</li> <li>- تقييم المناقشة والحوار.</li> <li>- امتحان شفوي</li> <li>- تقييم مشاركة الطالب في القاعة</li> <li>- تقييم التقارير</li> <li>- امتحانات تحريرية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- المحاضرة</li> <li>- العروض الإيضاحية</li> <li>- الحوار والمناقشة</li> <li>- العصف الذهني</li> <li>- المهام والأنشطة وجموعات العمل</li> <li>- مهام بحثية</li> </ul>	<p>يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئة الأعمال حسب الظروف البيئية.</p>	- b2

### ثالثاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- امتحانات تحريرية.</li> <li>- امتحانات شفوية</li> <li>- تقييم التقارير والتکاليف</li> <li>- تقييم العروض الفردية والجماعية</li> <li>- المشاركة في قاعة الدرس</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- العروض العملية والمحاكاة</li> <li>- التطبيق العملي.</li> <li>- الانشطة والتکاليف المنزلية</li> <li>- الفردية والجماعية</li> <li>- الحوار والمناقشة</li> <li>- المحاكاة ولعب الأدوار.</li> <li>- التدريب العملي</li> <li>- دراسة الحالات</li> </ul>	<p>يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة .</p>	- c1
<ul style="list-style-type: none"> <li>- امتحانات تحريرية.</li> <li>- امتحانات شفوية</li> <li>- تقييم التقارير والتکاليف</li> <li>- تقييم العروض الفردية والجماعية</li> <li>- الامتحان العملي وملحظة الاداء.</li> <li>- المشاركة في قاعة الدرس</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- العروض العملية والمحاكاة</li> <li>- التطبيق العملي.</li> <li>- الانشطة والتکاليف المنزلية</li> <li>- الفردية والجماعية</li> <li>- الحوار والمناقشة</li> <li>- المحاكاة ولعب الأدوار.</li> <li>- التدريب العملي</li> <li>- دراسة الحالات</li> </ul>	<p>يصمم ويطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والالكتروني الفعال للمشروع (p's8)</p>	- c2

### رابعاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:

Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs

استراتيجية التقويم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر Transferable (General) Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ملاحظة الاداء.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الحوار والمناقشة</li> <li>- التعلم الذاتي والتعاوني</li> </ul>	<p>يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعملاء الذين يتعاملون مع مشروعه.</p>	- d1



<ul style="list-style-type: none"> <li>- الامتحانات القصيرة</li> <li>- تقييم العروض التقديمية</li> <li>- تقييم التقارير والتکاليف والأنشطة</li> <li>- الامتحانات الشفوية</li> <li>- تقييم النزول الميداني</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الانشطة والمهام والتکاليف</li> <li>- التطبيق العملي.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ملاحظة الاداء.</li> <li>- الامتحانات القصيرة</li> <li>- تقييم العروض التقديمية</li> <li>- تقييم التقارير والتکاليف والأنشطة</li> <li>- الامتحانات الشفوية</li> <li>- تقييم النزول الميداني</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الحوار والمناقشة</li> <li>- الانشطة والمهام والتکاليف</li> <li>- التطبيق العملي.</li> </ul>	<p>يدبر الوقت بفاعلية وبما يمكنه من العمل الجماعي مع فرق العمل البيعية والتسويقية.</p>	-d2

## Course Content .v. م الموضوعات محتوى المقرر

### أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

رموز مخرجات التعلم Course ILOs	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
a1, b1, d1	3	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم التسويق في القرن الواحد والعشرين.</li> <li>• الفرق بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء وأدوارها في المشاريع الصغيرة والمتوسطة.</li> <li>• الخصائص المؤثرة التي تميز تسويق السلع عن تسويق الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة.</li> <li>• تطور خطط واستراتيجيات التسويق في المشروعات.</li> </ul>	التسويق في المشاريع الصغيرة والمتوسطة	1
a1, a2 ,b1, b 2,d1	6	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم السوق في العالم المادي والافتراضي.</li> <li>• تحليل أسواق المستهلكين/العملاء</li> <li>• تحليل نموذج القرارات الشرائي</li> <li>• تحليل الجانب التسويقي في المشروع</li> <li>• مصفوفة تحليل البنية التسويقية</li> <li>• تحليل وقياس جدارة المنافسة ومدى جاذبية السوق.</li> <li>• تحليل المزايا التنافسية الرئيسية للمشروع.</li> </ul>	تحليل السوق وجذارة المنافسة	2
a1, a2, b2, c1, 2,d1, d2	6	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الخطوات العملية في تجزئة السوق</li> <li>• عمليات الاستهداف للأسواق المحددة</li> <li>• اتخاذ قرارات التموضع.</li> <li>• خطوات بناء العلامة التجارية للمشروع الصغير.</li> </ul>	دخول السوق وبناء العلامة التجارية للمشروعات	3
a1, b2, c1, c 2,d1, d2	9	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الربط بين المزيج التسويقي واستراتيجيات المنافسة والعلامة التجارية.</li> <li>• الفرق بين المزيج التسويقي للمشاريع الخدمية والسلعية.</li> <li>• تصميم المزيج التسويقي الفعال للمشروع (8p's)</li> </ul> <p style="text-align: center;">Product Price Promotion</p> <p style="text-align: center;">1. تطوير المنتج/الخدمة 2. استراتيجيات التسعير 3. تصميم مزيج ترويجي الفعال</p>	تصميم برنامج المزيج التسويقي للمشروع	4



			<b>Place Process physical</b> <b>People Evidence</b> <b>Productivity &amp; Quality</b>	4. رسم قنوات التوزيع 5. تصميم عمليات تقديم الخدمة 6. تطوير البيئة المادية لخدمة 7. تطوير التسويق التفاعلي 8. التوازن بين الإنتاجية والجودة & Quality		
a1, b2, c1,d1, d2	6	2		<ul style="list-style-type: none"> <li>بناء ثقافة الخدمة المتميزة في المشاريع الصغيرة والمتوسطة</li> <li>الخدمة المتميزة في الاستراتيجيات التنافسية في القرن الواحد والعشرين.</li> <li>التسويق المركز نحو العميل قليل التكلفة كبير النتائج.</li> <li>أبعاد جودة الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة</li> <li>نمودج قياس وتطوير جودة الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة</li> <li>بناء نظام فعال للتعامل مع شكاوى العملاء في المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتحويل شكوى العميل إلى فرصة لولاء.</li> </ul>	التسويق المبني على الخدمة فانقة التميز	5
a1, b1, b2, c1,d1, d2	6	2		<ul style="list-style-type: none"> <li>أسس التسويق المتمر وتحقيق المبيعات المطلوبة (ماكينة البيع )</li> <li>بناء عمليات البيع الاحترافية</li> <li>بناء مؤشر احتمال نجاح الصفقات البيعية القائمة.</li> <li>مفهوم إدارة المبيعات والأدوار الرئيسية لمدير المبيعات في المشروع الصغير.</li> <li>فن تحديد الأهداف البيعية السنوية للمشروع.</li> </ul>	تطوير وإدارة عمليات البيع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة	6
a1, a2 ,b1, b 2, c1, c2, d1, d2	6	2		<ul style="list-style-type: none"> <li>مفهوم التسويق الإلكتروني E-marketing</li> <li>مزايا التسويق الإلكتروني</li> <li>مقارنة بين أدوات التسويق الإلكتروني والتقاليدي.</li> <li>طرق الترويج الإلكتروني .</li> <li>وسائل التواصل الاجتماعي .</li> <li>مواصفات الموقع الإلكتروني المتميز .</li> <li>إدارة قواعد بيانات العملاء الإلكترونية .</li> <li>تصميم المزيج التسويقي الإلكتروني .</li> </ul>	أدوات التسويق الإلكتروني في المشروعات الصغيرة والمتوسطة	7
<b>اجمالي عدد الأسابيع وال ساعات الفعلية</b> Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester			<b>اجمالي عدد الأسابيع وال ساعات الفعلية</b> Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester			

#### ثانياً: خطة تنفيذ الجانب العملي :Training/ Tutorials/ Exercises Aspects

الساعات الفعلية Cont. H	الأسبوع Week Due	المهام / التمارين Tutorials/ Exercises	الرقم Order
<b>====</b>		<b>====</b>	
<b>اجمالي الأسابيع وال ساعات الفعلية</b> Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		<b>1</b>	

#### ثانياً: موضوعات الجانب العملي Practical Aspect

رموز مخرجات التعلم Course ILOs	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	التجارب العلمية/ تدريبات Practical / Tutorials topics	الرقم Order	
<b>====</b>		<b>====</b>		<b>1</b>	
<b>اجمالي الأسابيع وال ساعات الفعلية</b> Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester					



### استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies

- المحاضرة.
- المناقشة والحوارات.
- التدريب الميداني (العملي).
- العصف الذهني.
- حل المشكلات.
- العروض العملية الإيضاحية.
- المهام والتکاليف والأنشطة والتطبيقات العملية.
- التمارين والأنشطة (الفردية والجماعية والمشاريع التطبيقية).
- المحاكاة ولعب الأدوار.
- الزيارة الميدانية.
- دراسة وتحليل الحالات العملية.

### vi. النشطة والتکلیفات :Tasks and Assignments

أسبوع التنفيذ Week Due	مخرجات التعلم CILOs (symbols)	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التکلیف Assignments/ Tasks	م No
W3,6,8	a1,a2., b2., c1,c2,,	5	التكاليف والواجبات المنزلية	1
W 6, 10، و	a1,a2., b2., c1,c2, d1, d2	10	المشاركة في تصميم وعرض لخطة تسويقية لمشروع صغير	
W4,9	a2, , b2, c1 , c2, d1, d2,	5	دراسة وتحليل الحالات العملية	3
=====		20	<b>اجمالي الدرجة Total Score</b>	

### 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	رقم No.
a1,a2, ,b1,b2,c1,c2, d1,	20%	20	W2 -- W14	الأنشطة والتکلیفات	1
a1, a2, ,b1,b2,c1, d2,	20%	20	W9	امتحان أعمال الفصل	2
جميع المخرجات	60%	60	W16	الامتحان النهائي	3
====		100	<b>الإجمالي Total</b>		

### مصادر التعلم :Learning Resources

#### 1. المراجع الرئيسية :Required Textbook(s)

1. الأشول، علي حسين، (2021)، "ريادة الأعمال – مدخل متكامل"، الطبعة الثالثة، مركز الأمين للطباعة والنشر، صنعاء، الجمهورية اليمنية.

2. الشميري، أحمد والميريك، فداء، (2019)، "ريادة الأعمال"، الطبعة 1 ، العبيكان للنشر ، الرياض. المملكة العربية السعودية

#### 2. المراجع المساعدة

#### 3. المصادر الإلكترونية وموقع الإنترن特 ... 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:**

<b>سياسة حضور الفعاليات التعليمية :Class Attendance</b> - يلتزم الطالب بحضور 75% من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطالب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.	1
<b>الحضور المتأخر :Tardy</b> - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاثة مرات يحرز شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.	2
<b>ضوابط الامتحان :Exam Attendance/Punctuality</b> - لا يسمح للطالب دخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (20) دقيقة من بدء الامتحان. - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.	3
<b>التعيينات والمشاريع :Assignments &amp; Projects</b> - 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 تسليمها.	4
<b>الغش :Cheating</b> - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائى تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش او النقل في التكليفات والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتکلیف.	5
<b>الانتهاك :Plagiarism</b> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك	6
<b>سياسات أخرى :Other policies</b> - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكليفات وغيرها يحددها أستاذ المقرر في المحاضرة الأولى.	7



العام الجامعي: 2026/2025

## خطة مقرر تسويق المشروعات

### i. معلومات عن أستاذ المقرر

الساعات المكتوبة (أسبوعيا)						د. يحيى القرودع	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 المشروعات	اسم المقرر Course Title	.1																					
	رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	.2																					
المجموع Total <table border="1" style="float: right; margin-top: -20px;"> <tr> <th colspan="3">الساعات المعتمدة Credit Hours</th> </tr> <tr> <th>سمنار/تمارين Seminar/Tutorial</th> <th>عملي Practical</th> <th>محاضرات Lecture</th> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td>3</td> </tr> </table>	الساعات المعتمدة Credit Hours			سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture	3		3	الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours <table border="1" style="float: right; margin-top: -20px;"> <tr> <td>المستوى الرابع (الفصل الدراسي الأول)</td> <td>المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester</td> </tr> <tr> <td></td> <td>المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites</td> </tr> <tr> <td></td> <td>المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite</td> </tr> <tr> <td>اقتصاد وتمويل المشروعات الصغيرة (بكالوريوس)</td> <td>البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered</td> </tr> <tr> <td>اللغة العربية</td> <td>لغة تدريس المقرر Language of teaching the course</td> </tr> <tr> <td>مبني كلية التجارة-جامعة صنعاء</td> <td>مكان تدريس المقرر Location of teaching the course</td> </tr> </table>	المستوى الرابع (الفصل الدراسي الأول)	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester		المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite	اقتصاد وتمويل المشروعات الصغيرة (بكالوريوس)	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered	اللغة العربية	لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	مبني كلية التجارة-جامعة صنعاء	مكان تدريس المقرر Location of teaching the course	.3
الساعات المعتمدة Credit Hours																							
سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture																					
3		3																					
المستوى الرابع (الفصل الدراسي الأول)	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester																						
	المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites																						
	المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite																						
اقتصاد وتمويل المشروعات الصغيرة (بكالوريوس)	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered																						
اللغة العربية	لغة تدريس المقرر Language of teaching the course																						
مبني كلية التجارة-جامعة صنعاء	مكان تدريس المقرر Location of teaching the course																						
المستوى الرابع (الفصل الدراسي الأول)	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	.4																					
	المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites	.5																					
	المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite	.6																					
اقتصاد وتمويل المشروعات الصغيرة (بكالوريوس)	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered	.7																					
اللغة العربية	لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	.8																					
مبني كلية التجارة-جامعة صنعاء	مكان تدريس المقرر Location of teaching the course	.9																					

### iii. وصف المقرر :Course Description

يعتبر مقرر تسويق المشروعات من الموضوعات الحديثة والمهمة في مجال التسويق ، ويهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعرفات والمهارات الأساسية لتسويق المشروعات وأهمية تطبيقها في المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، والتعرف على المشاكل التي تواجه هذه المشاريع في تسويق مخرجاتها ، والفرق الأساسية بين التسويق في المنظمات الصناعية والتجارية وبين التسويق في المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، كما يتناول المقرر مفاهيم تطبيقية أساسية حول تحليل أسواق المستهلكين والسلوك الشرائي و القرارات الشرائية، وتحليل المنافسة وبناء العلامة التجارية للمشروع في الأسواق المستهدفة و تصميم برنامج المزيج التسويقي الفعال للمشروع، وتطوير عملية البيع الاحترافي ، والتميز في خدمة العملاء في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، كما يركز المقرر على عملية السوق الإلكتروني وتطبيق أدواته ونمادجه في تسويق المشروعات الصغيرة والمتوسطة مع التعرض لواقع التسويق في المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية..
--



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

بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرًا على أن:

- a1- يعرف المفاهيم الأساسية لتسويق المشاريع ، وعناصره الرئيسية ..
- a2: يشرح خطوات تحليل الأسواق والمنافسة كيفية اختيار واستهداف السوق الجذابة لخدمتها بكفاءة
- b1: يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسيير الخدمات للمشروعات الصغيرة ، في بيئه الأعمال التنافسية.
- b2: يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئه الأعمال حسب الظروف البيئية.
- c1: يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة .
- c2: يصمم ويطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والالكتروني الفعال للمشروع (p's8)
- d1: يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعملاء الذين يتعاملون مع مشروعه.
- d2 : يدير الوقت بفاعلية وبما يمكنه من العمل الجماعي مع فرق العمل البيعية والتسويقية

#### **v. موضوعات محتوى المقرر Course Content**

##### **أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect**

الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
3	w.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم التسويق في القرن الواحد والعشرين.</li> <li>• الفرق بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء وأدوارها في المشاريع الصغيرة والمتوسطة.</li> <li>• الخصائص المؤثرة التي تميز تسويق السلع عن تسوير الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة.</li> <li>• تطور خطط واستراتيجيات التسويق في المشروعات.</li> </ul>	التفكير التسويقي في المشاريع الصغيرة والمتوسطة	1
6	w2,w3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم السوق في العالم المادي والافتراضي.</li> <li>• تحليل أسواق المستهلكين/العملاء</li> <li>• تحديد نموذج عمليات القرار الشرائي</li> <li>• تحليل الجانب التسويقي في المشروع</li> <li>• مصفوفة تحليل البيئة التسويقية</li> <li>• تحليل وقياس جدارة المنافسة ومدى جاذبية السوق.</li> <li>• تحليل المزايا التنافسية الرئيسية للمشروع.</li> </ul>	تحليل السوق وجذارة المنافسة	2
6	w4,w5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الخطوات العملية في تجزئة السوق</li> <li>• عمليات الاستهداف للأسواق المحددة</li> <li>• اتخاذ قرارات التوضيع.</li> <li>• خطوات بناء العلامة التجارية للمشروع الصغير.</li> </ul>	دخول السوق وبناء العلامة التجارية	3
9	w6,w7,w8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الرابط بين المزيج التسويقي واستراتيجيات المنافسة والعلامة التجارية.</li> <li>• الفرق بين المزيج التسويقي للمشاريع الخدمية والسلعية.</li> <li>• تصميم المزيج التسويقي الفعال للمشروع (8p's) <ul style="list-style-type: none"> <li>1. تطوير المنتج/الخدمة Product</li> <li>2. استراتيجيات التسعير Price</li> <li>3. تصميم مزيج ترويجي الفعال Promotion</li> <li>4. رسم قنوات التوزيع Place</li> <li>5. تصميم عمليات تقديم الخدمة Process</li> <li>6. تطوير البنية المادية للخدمة physical Evidence</li> <li>7. تطوير التسويق التفاعلي People</li> <li>8. التوازن بين الإنتاجية والجودة &amp; Quality</li> </ul> </li> </ul>	كتابه خطة المزيج التسويقي للمشروع	4



3	w9	الامتحان النصفي	5
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• بناء ثقافة الخدمة المتميزة في المشاريع الصغيرة والمتوسطة</li> <li>• الخدمة المتميزة في الاستراتيجيات التنافسية في القرن الواحد والعشرين.</li> <li>• التسويق المركز نحو العميل قليل التكلفة كبير النتائج.</li> </ul>	
6	w10,w11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• أبعاد جودة الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة</li> <li>• نموذج قياس وتطوير جودة الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة</li> <li>• بناء نظام فعال للتعامل مع شكاوى العملاء في المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتحويل شكاوى العميل إلى فرصة للولاء.</li> </ul>	6
6	w12,w13	<ul style="list-style-type: none"> <li>• أسس التسويق المثير وتحقيق المبيعات المطلوبة (ماكينة البيع)</li> <li>• بناء عمليات البيع الاحترافية</li> <li>• بناء مؤشر احتمال نجاح الصفقات البيعية القائمة .</li> <li>• فهوم إدارة المبيعات والأدوار الرئيسية لمدير المبيعات</li> <li>• فن تحديد الأهداف البيعية السنوية .</li> </ul>	7
6	w14,w15	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم التسويق الإلكترونيE-marketing</li> <li>• مزايا التسويق الإلكتروني</li> <li>• مقارنة بين أدوات التسويق الإلكتروني التقليدي.</li> <li>• طرق الترويج الإلكتروني .</li> <li>• وسائل التواصل الاجتماعي .</li> <li>• مواصفات الموقع الإلكتروني المتميز .</li> <li>• إدارة قواعد بيانات العملاء الإلكترونية .</li> <li>• تصميم المزيج التسويقي الإلكتروني .</li> </ul>	8
3	w 16	الامتحان النهائي	9
48	16	اجمالي عدد الأسابيع وال ساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester	

#### **vi. استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies**

- المحاضرة .
- المناقشة والحوارات .
- التدريب الميداني (العملي) .
- العصف الذهني .
- حل المشكلات .
- العروض العملية الإيضاحية .
- المهام والتکالیف والأنشطة والتطبيقات العملية .
- التمارين والأنشطة (الفردية والجماعية والمشاريع التطبيقية) .
- المحاكاة ولعب الأدوار .
- الزيارة الميدانية .
- دراسة وتحليل الحالات العملية .

#### **vii. الانشطة والتکلیفات :Tasks and Assignments**

أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التکلیف Assignments/ Tasks	م No
W3,6,8	5	التكاليف والواجبات المنزلية	1



W 6, 10 , و	10	المشاركة في تصميم وعرض لخطة تسويقية لمشروع صغير	2
W4,9	5	دراسة وتحليل الحالات العملية	3
=====		20	اجمالي الدرجة Total Score

### Viii. تقويم التعلم : Learning Assessment

الوزن النسبي % Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	موعد(أسبوع) التقويم Week Due	أساليب التقويم Assessment Method	م No
20%	20	W2 -- W14	الأنشطة والتكتبات	1
20%	20	W9	امتحان أعمال الفصل	2
60%	60	W16	الامتحان النهائي	3
100 %			المجموع Total	

### ix. مصادر التعلم : Learning Resources

#### 1. المراجع الرئيسية Required Textbook(s): ( لا تزيد عن مرجعين )

- الأشول، علي حسين، (2021)، "ريادة الأعمال – مدخل متكامل"، الطبعة الثالثة، مركز الأمين للطباعة والنشر، صنعاء، الجمهورية اليمنية.
- الشميري، أحمد والمبيريك، وفاء، (2019)، "ريادة الأعمال"، الطبعة 1، العبيكان للنشر، الرياض. المملكة العربية السعودية

#### 2. المراجع المساعدة Essential References

#### 3. المصادر الإلكترونية وموقع الإنترنت ... Electronic Materials and Web Sites etc.

توجيهي الطلبة بالرجوع لموقع مرتبط بموضوعات المقرر في الإنترنت.

### X. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies

بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:

<b>سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance:</b> - يلتزم الطالب بحضور 75% من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريرا بحضور وغياب الطالب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب 25% ويتم إقرار الحرمان من مجلس القسم.	1
<b>الحضور المتأخر Tardy:</b> - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاثة مرات يحرر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.	2
<b>ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality:</b> - لا يسمح للطالب دخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (20) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.	3
<b>التعيينات والمشاريع Assignments &amp; Projects:</b> - 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 تسليمها.	4
<b>الغش Cheating:</b> - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شؤون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش او النقل في التكليفات والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.	5
<b>الانتحال Plagiarism:</b> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك	6
<b>سياسات أخرى Other policies:</b> - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكليفات وغيرها يحددها أستاذ المقرر في المحاضرة الأولى.	7