



توصيف مقرر تسويق المشروعات

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

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 , والفروق 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 التسويق الالكتروني وتطبيق ادواته ونماذجها 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 قادرا على أن:</p> <p>a1- يعرف المفاهيم الاساسية لتسويق المشاريع , وعناصره الرئيسية..</p> <p>a2: يشرح خطوات تحليل الأسواق والمنافسة كيفية اختيار واستهداف الاسواق الجذابة لخدمتها بكفاءة</p> <p>b1: يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسويق الخدمات للمشروعات الصغيرة , في بيئة الأعمال التنافسية.</p> <p>b2: يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئة الأعمال حسب الظروف البيئية.</p> <p>c1: يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة .</p> <p>c2: يصمم ويطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والالكتروني الفعال للمشروع (p's8)</p> <p>d1: يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعملاء الذين يتعاملون مع مشروعه.</p> <p>d2 : يدير الوقت بفاعلية وبما يمكنه من العمل الجماعي مع فرق العمل البيعية والتسويقية.</p>



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 المقرر (Course Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)
المعرفة والفهم: بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادراً على أن:	
a1 - يعرف المفاهيم الأساسية لتسويق المشاريع وعناصره الرئيسية..	A1. يبين الأسس والمبادئ والنظريات الاقتصادية والمالية والإدارية والمحاسبية المتعلقة بالمشروعات الصغيرة.
a2 - يشرح خطوات تحليل الأسواق والمنافسة كيفية اختيار واستهداف الأسواق الجذابة لخدمتها بكفاءة.	A2. يوضح القضايا والظواهر الاقتصادية والمالية والإدارية المعاصرة ذات الصلة بالمشروعات الصغيرة.
المهارات الذهنية: بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادراً على أن:	
b1 - يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسويق الخدمات للمشروعات الصغيرة، في بيئة الأعمال التنافسية.	B1. يحلل الظواهر والقضايا الاقتصادية والمالية والإدارية الخاصة بالمشروعات الصغيرة.
b2 - يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئة الأعمال حسب الظروف البيئية.	B3. يحدد نظرياً وكمياً العلاقات بين المتغيرات، ويتنبأ بمستقبل الظواهر والعلاقات الاقتصادية والإدارية الواقعية.
المهارات العملية والمهنية: بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادراً على أن:	
c1 - يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة.	C1. يوظف الأساليب الرياضية والاشكال البيانية والاحصاء والمحاسبة والقانون والإدارة وتطبيقات الحاسوب في مجال تخصصه.
c2 - يصمم ويطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والالكتروني الفعال للمشروع (p's8)	C3. يطبق النظريات الاقتصادية ونظريات التمويل والاستثمار في ريادة الأعمال للمشروعات الصغيرة.
المهارات الانتقالية (العامة): بعد أن يدرس الطالب المقرر بنجاح سيكون قادراً على أن:	
d1 - يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعملاء الذين يتعاملون مع مشروعه.	D2. يعمل منفرداً أو ضمن فريق، ويتواصل بفعالية مع الوحدات والمؤسسات الاقتصادية والمالية والإدارية والبيئة المحيطة، ويتميز بسمات القيادة.
d2 - يدير الوقت بفاعلية وبما يمكنه من العمل الجماعي مع فرق العمل البيعية والتسويقية.	

مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقويم

Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies

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

First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs

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



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	
<ul style="list-style-type: none"> - تقييم التكاليف. - تقييم العروض الايضاحية - تقييم المناقشة والحوار. - امتحان شفوي - تقييم مشاركة الطالب في القاعة - تقييم التقارير - امتحانات تحريرية 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرة - العروض الايضاحية - الحوار والمناقشة - العصف الذهني - المهام والانشطة ومجموعات العمل - مهام بحثية 	<p>يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسويق الخدمات للمشروعات الصغيرة , في بيئة الأعمال التنافسية.</p>	-b1
<ul style="list-style-type: none"> - تقييم التكاليف. - تقييم العروض الايضاحية - تقييم المناقشة والحوار. - امتحان شفوي - تقييم مشاركة الطالب في القاعة - تقييم التقارير - امتحانات تحريرية 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرة - العروض الايضاحية - الحوار والمناقشة - العصف الذهني - المهام والانشطة ومجموعات العمل - مهام بحثية 	<p>يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئة الأعمال حسب الظروف البيئية.</p>	- 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	
<ul style="list-style-type: none"> - امتحانات تحريرية. - امتحانات شفوية - تقييم التقارير والتكاليف - تقييم العروض الفردية والجماعية - المشاركة في قاعة الدرس 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض العملية والمحاكاة - التطبيق العملي. - الانشطة والتكاليف المنزلية - الفردية والجماعية - الحوار والمناقشة - المحاكاة ولعب الأدوار. - التدريب العملي - دراسة الحالات 	<p>يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة .</p>	-c1
<ul style="list-style-type: none"> - امتحانات تحريرية. - امتحانات شفوية - تقييم التقارير والتكاليف - تقييم العروض الفردية والجماعية - الامتحان العملي وملاحظة الاداء. - المشاركة في قاعة الدرس 	<ul style="list-style-type: none"> - العروض العملية والمحاكاة - التطبيق العملي. - الانشطة والتكاليف المنزلية - الفردية والجماعية - الحوار والمناقشة - المحاكاة ولعب الأدوار. - التدريب العملي - دراسة الحالات 	<p>يصمم ويطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والالكتروني الفعال للمشروع (p's8)</p>	-c2
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"> - ملاحظة الاداء. 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني 	<p>يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعلاء الذين يتعاملون مع مشروعه.</p>	-d1



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

v. 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	رموز مخرجات التعلم Course ILOs
1	التسويق في المشاريع الصغيرة والمتوسطة	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم التسويق في القرن الواحد والعشرين. • الفرق بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء وأدوارها في المشاريع الصغيرة والمتوسطة. • الخصائص المؤثرة التي تميز تسويق السلع عن تسويق الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة. • تطور خطط واستراتيجيات التسويق في المشروعات. 	1	3	a1, b1, d1
2	تحليل السوق وجدارة المنافسة	<ul style="list-style-type: none"> • مفهوم السوق في العالم المادي والاقتصادي. • تحليل أسواق المستهلكين/العملاء • تحليل نموذج عمليات القرار الشرائي • تحليل الجانب التسويقي في المشروع • مصفوفة تحليل البيئة التسويقية • تحليل وقياس جدارة المنافسة ومدى جاذبية السوق. • تحليل المزايا التنافسية الرئيسية للمشروع. 	2	6	a1, a2, b1, b 2, d1
3	دخول السوق وبناء العلامة التجارية للمشروعات	<ul style="list-style-type: none"> • الخطوات العملية في تجزئة السوق • عمليات الاستهداف للأسواق المحددة • اتخاذ قرارات التموضع. • خطوات بناء العلامة التجارية للمشروع الصغير. 	2	6	a1, a2, b2, c1, 2, d1, d2
4	تصميم برنامج الميزج التسويقي للمشروع	<ul style="list-style-type: none"> • الربط بين الميزج التسويقي واستراتيجيات المنافسة والعلامة التجارية. • الفرق بين الميزج التسويقي للمشاريع الخدمية والسلعية. • تصميم الميزج التسويقي الفعال للمشروع (8p's) 1. تطوير المنتج/الخدمة 2. استراتيجيات التسعير 3. تصميم ميزج ترويجي فعال 	3	9	a1, b2, c1, c 2, d1, d2



			4. رسم قنوات التوزيع 5. تصميم عمليات تقديم الخدمة 6. تطوير البيئة المادية للخدمة Evidence 7. تطوير التسويق التفاعلي 8. التوازن بين الإنتاجية والجودة Productivity & Quality		
a1, b2, c1,d1, d2	6	2	• بناء ثقافة الخدمة المتميزة في المشاريع الصغيرة والمتوسطة • الخدمة المتميزة في الاستراتيجيات التنافسية في القرن الواحد والعشرين. • التسويق المركز نحو العميل قليل التكلفة كبير النتائج. • أبعاد جودة الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة • نموذج قياس وتطوير جودة الخدمات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة • بناء نظام فعال للتعامل مع شكاوى العملاء في المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتحويل شكوى العميل إلى فرصة للولاء.	التسويق المبني على الخدمة فائقة التميز	5
a1, b1, b2, c1,d1, d2	6	2	• أسس التسويق المثمر وتحقيق المبيعات المطلوبة (ماكينة البيع) • بناء عمليات البيع الاحترافية • بناء مؤشر احتمال نجاح الصفقات البيعية القائمة. • مفهوم إدارة المبيعات والأدوار الرئيسية لمدير المبيعات في المشروع الصغير. • فن تحديد الأهداف البيعية السنوية للمشروع.	تطوير وإدارة عمليات البيع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة	6
a1, a2 ,b1, b 2, c1, c2, d1, d2	6	2	• مفهوم التسويق الإلكتروني E-marketing • مزايا التسويق الإلكتروني • مقارنة بين أدوات التسويق الإلكتروني والتقليدي. • طرق الترويج الإلكتروني . • وسائل التواصل الاجتماعي . • مواصفات الموقع الإلكتروني المتميز . • إدارة قواعد بيانات العملاء الإلكترونية . • تصميم المزيج التسويقي الإلكتروني .	أدوات التسويق الإلكتروني في المشروعات الصغيرة والمتوسطة	7
==	42	14	اجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		
ثانيا: خطة تنفيذ الجانب العملي :Training/ Tutorials/ Exercises Aspects					
الاسابيع Cont. H	الأسبوع Week Due	المهام / التمارين Tutorials/ Exercises			الرقم Order
===	===	===			1
		اجمالي الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester			
ثانيا: موضوعات الجانب العملي Practical Aspect					
رموز مخرجات التعلم Course ILOs	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	التجارب العملية/ تدريبات Practical / Tutorials topics		الرقم Order
===	===	===	===		1
===			اجمالي الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		



استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies

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

.vi. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments

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

.vii. تقييم التعلم :Learning Assessment

الرقم No.	أنشطة التقييم Assessment Tasks	أسبوع التقييم Week due	الدرجة Mark	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	مخرجات التعلم CILOs (symbols)
1	الأنشطة والتكليفات	W2 -- W14	20	20%	a1,a2, ,b1,b2,c1,c2, d1,
2	امتحان أعمال الفصل	W9	20	20%	a1, a2, ,b1,b2,c1, d2,
3	الامتحان النهائي	W16	60	60%	جميع المخرجات
الإجمالي Total			100	100%	===

مصادر التعلم :Learning Resources

1. المراجع الرئيسة :Required Textbook(s)

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

2. المراجع المساعدة

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



viii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1	<p>سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يلتزم الطالب بحضور 75% 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 25% ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
2	<p>الحضور المتأخر Tardy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يسمح للطلاب 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.
3	<p>ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
4	<p>التعيينات والمشاريع Assignments & Projects:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
5	<p>الغش Cheating:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 للتكليف.
6	<p>الانتحال Plagiarism:</p> <ul style="list-style-type: none"> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	<p>سياسات أخرى Other policies:</p> <ul style="list-style-type: none"> - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف وغيرها يحددها أستاذ المقرر في المحاضرة الأولى.



خطة مقرر تسويق المشروعات

i. معلومات عن أستاذ المقرر Information about Faculty Member Responsible for the Course						
الاسم Name				د. يحيى القرويع		الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours
المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.						الخميس THU
البريد الإلكتروني E-mail						الأربعاء WED
						الثلاثاء TUE
						الاثنين MON
						الأحد SUN
						السبت SAT
						3

ii. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course				
1.	اسم المقرر Course Title	تسويق المشروعات		
2.	رمز المقرر ورقمه Course Code and Number			
3.	الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	محاضرات Lecture	عملية Practical	سمينار/تمارين Seminar/Tutorial
		3		المجموع Total
				3
4.	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	المستوى الرابع (الفصل الدراسي الأول)		
5.	المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites			
6.	المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite			
7.	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered	اقتصاد وتمويل المشروعات الصغيرة (بكالوريوس)		
8.	لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	اللغة العربية		
9.	مكان تدريس المقرر Location of teaching the course	مبنى كلية التجارة-جامعة صنعاء		

iii. 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 ، والفروق 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 التسويق الالكتروني وتطبيق ادواته ونماذجه في تسويق المشروعات الصغيرة والمتوسطة مع التعرض لواقع التسويق في المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية..</p>



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

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- يعرف المفاهيم الأساسية لتسويق المشاريع , وعناصره الرئيسية..
 - يشرح خطوات تحليل الأسواق والمنافسة كيفية اختيار واستهداف الأسواق الجذابة لخدمتها بكفاءة
 - يقارن بين سياسات تسويق السلع وتسويق الخدمات للمشروعات الصغيرة , في بيئة الأعمال التنافسية.
 - يبتكر الأساليب والحلول التسويقية الممكنة لتسويق مخرجات المشروعات في بيئة الأعمال حسب الظروف البيئية.
 - يطبق الأساليب التسويقية الحديثة في المشروعات الصغيرة .
 - يصمم ويطور برنامج المزيج التسويقي التقليدي والالكتروني الفعال للمشروع (p's8)
 - يمارس مهارات التواصل مع فريق عمله والعملاء الذين يتعاملون مع مشروعه.
 - 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

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



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

vi. استراتيجيات التدريس Teaching Strategies:

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

vii. الأنشطة والتكليفات Tasks and Assignments:

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



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

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

ix. مصادر التعلم Learning Resources :	
1. المراجع الرئيسية Required Textbook(s) : (لا تزيد عن مرجعين)	
1. الأشول، علي حسين، (2021)، "ريادة الأعمال – مدخل متكامل"، الطبعة الثالثة، مركز الأمين للطباعة والنشر، صنعاء، الجمهورية اليمنية.	
2. الشميمري، أحمد والمبيري، وفاء، (2019)، "ريادة الأعمال"، الطبعة 1، العبيكان للنشر، الرياض. المملكة العربية السعودية	
2. المراجع المساندة Essential References :	
3. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc. توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

x. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance : - يلتزم الطالب بحضور 75% 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 25% ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
2	الحضور المتأخر Tardy : - يسمح للطلاب 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.
3	ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality : - لا يسمح للطلاب دخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (20) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
4	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.
5	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 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 وغيرها يحددها أستاذ المقرر في المحاضرة الأولى.