



مواصفات مقرر: العلاقات العامة والتسويق الرياضي (اختياري)

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course				
العلاقات العامة والتسويق الرياضي		اسم المقرر Course Title		١.
PE 4225		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number		٢.
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			٣.
	محاضرات Lecture	عملي Practical	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	
2	2	—	—	
المستوى الرابع – الفصل الثاني		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester		٤.
—		المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)		٥.
—		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)		٦.
برنامج بكالوريوس التربية الرياضية		البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered		٧.
العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course		٨.
فصلي		نظام الدراسة Study System		٩.
أ.د / حسين صالح مصلى جعيم		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 الى تزويد الطالب/ة بالمفاهيم والمعارف الأساسية للتسويق الرياضي ويُعرف أهمية التسويق ودور الاعلام وادارة التسويق ويربط بين الخدمات والسلع والبضائع والادوات للمنتج البشري بالبطولات والمباريات الرياضية ويحلل السوق الرياضي والمشتري والرعاة وينجز تكاليف بحصر مجالات التسويق الرياضي ويشارك مع الزملاء استعراض أساليب التسويق بالمؤسسات الرياضية ويكون قادر على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والشبكة المعلوماتية.	



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

بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب/ة قادرا على أن:

- a1 – يُعرف أهمية التسويق الرياضي ودور الاعلام الرياضي.
a2 – يحدد المفاهيم الأساسية والخاصة بالتسويق الرياضي وادارة السوق.
b1 – يربط بين الخدمات والسلع والبضائع والادوات للمنتج البشري بالبطولات والمباريات الرياضية.
b2 – يحلل اساسيات وخصائص السوق الرياضي و المشتري والرعاة.
c1 – يطور الخطط والافكار لدى الهيئات الرياضية حول المنتجات الرياضية.
c2 – ينجز خطة تسويقية لتسويق منتجات رياضية.
d1 – يشارك الاخرين في اعداد نموذج لأساليب التسويق للأندية والاتحادات الرياضية تتوافق مع الاساليب الدولية.
d2 – يستخدم شبكة المعلومات لزيادة المهارات الذاتية.

iv. موازنة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

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

مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)	
A1	يُعرف أهمية التسويق الرياضي ودور الاعلام الرياضي.	a 1
A1- A4	يحدد المفاهيم الأساسية والخاصة بالتسويق الرياضي وادارة السوق.	a 2
B2 – B3	يربط بين الخدمات والسلع والبضائع والادوات للمنتج البشري بالبطولات والمباريات الرياضية.	b 1
B1 –B2- B5	يحلل اساسيات وخصائص السوق الرياضي والمشتري والرعاة.	b 2
C1- C2-C4	يطور الخطط والافكار لدى الهيئات الرياضية حول المنتجات الرياضية.	c 1
C1-C2-C3-C4	ينجز خطة تسويقية لتسويق منتجات رياضية.	c 2
D2- D4 –D5	يشارك الاخرين في اعداد نموذج لأساليب التسويق للأندية والاتحادات الرياضية تتوافق مع الاساليب الدولية.	d 1
D2- D4	يستخدم شبكة المعلومات لزيادة المهارات الذاتية.	d 2



مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies		
أولاً: مواءمة 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
- الاختبارات التحريرية. - الاختبارات الشفهية. - تقييم تقارير التكليف الفردية والجماعية. - الاختبارات القصيرة (الكوزات).	- المحاضرة - الحوار والمناقشة. - التكليف والتعلم الذاتي. - التعلم التعاوني - العصف الذهني.	a1 يُعرف أهمية التسويق الرياضي ودور الاعلام الرياضي.
		a2 يحدد المفاهيم الأساسية والخاصة بالتسويق الرياضي وإدارة السوق.

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
- الاختبارات التحريرية. - الاختبارات القصيرة. - تقييم التقارير.	- المحاضرة - الحوار والمناقشة. - العصف الذهني. - التعلم الذاتي - حل المشكلات. - المهام والتكليف ومجموعات العمل.	b1 يربط بين الخدمات والسلع والبضائع والادوات للمنتج البشري بالبطولات والمباريات الرياضية.
		b2 يحلل اساسيات وخصائص السوق الرياضي والمشتري والرعاة.

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
- ملاحظة الاداء. - الاختبارات التحريرية. - تقييم تقارير الواجبات والتكليفات التطبيقية. - الاختبارات الشفهية.	- العروض التطبيقية - التطبيقات العملية والتكليف. - حل المشكلات. - التعلم التعاوني - الحوار والمناقشة. - التعلم الذاتي	c1 يطور الخطط والافكار لدى الهيئات الرياضية حول المنتجات الرياضية.
		c2 ينجز خطة تسويقية لتسويق منتجات رياضية.

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
- ملاحظة الاداء. - تقييم تقارير التكليفات والبرامج. - تقييم العروض التقديمية.	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي - التعلم التعاوني. - المهام والتكليف. - تبادل الخبرات بين الزملاء	d1 يشارك الاخرين في اعداد نموذج لاساليب التسويق للأندية والاتحادات الرياضية تتوافق مع الاساليب الدولية.
		d2 يستخدم شبكة المعلومات لزيادة المهارات الذاتية.



Course Content موضوعات محتوى المقرر					
Theoretical Aspect الجوانب النظرية					
رموز مخرجات التعلم للمقرر (CLOs)	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
a1-d1	4	2w	<ul style="list-style-type: none"> مدخل تاريخي للتسويق تعريف التسويق الرياضي أهمية التسويق الرياضي. دور الإعلام في التسويق الرياضي. 	التسويق الرياضي	1
a1- a2- b2- c2	4	2w	<ul style="list-style-type: none"> إدارة التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية المفهوم الشامل للمنتج الرياضي والمنتج البشري الخدمات والسلع البضائع والأدوات 	إدارة التسويق	2
a1-b2- c2	6	3w	<ul style="list-style-type: none"> الأفكار الهيئة الرياضية المنتج الأساسي المنتج الإضافي خطط المنتج الرياضي السياسات التسويقية للمنتج الرياضي 	الحدث الرياضي (البطولة والمباراة)	3
b1- c1-c4	4	2 W	<ul style="list-style-type: none"> المشتري غير النهائي المشتري التاجر المشتري الخدمي المشتري الدولي الرعاية 	السوق الرياضي	4
a1 - b1-b2 - c1-c2-d2	4	2 W	<ul style="list-style-type: none"> تسويق حقوق الدعاية والإعلان التسويق التلفزيوني تسويق البطولات والمباريات تسويق اللاعبين تسويق المنشآت الرياضية والاجتماعية تسويق الخدمات للجمهور الداخلي والخارجي 	أساليب التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية	5
a3-c2-d2	4	2 w	<ul style="list-style-type: none"> الترخيص للعلامات والشعارات على المنتجات والإعلان على ملابس وأدوات اللاعبين والإعلان على المنشآت الرياضية استثمار المرافق والخدمات في البيئات الرياضية وعائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات. حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني للأنشطة والمناسبات الرياضية الإعلان في المطبوعات والنشرات والبرامج الخاصة بالأنشطة الرياضية تسويق اللاعبين، حيث أصبح الاحتراف عنصراً أساسياً لدى الأندية 	مجالات التسويق الرياضي	6
a1 -a2a3- b1-b2 - c1 - c2 - d1- d2	2	1 w	<ul style="list-style-type: none"> ما سبق دراسته 	مراجعة عامة	7
===	28	14	اجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		



ثانياً: موضوعات الجانب العملي Practical Aspect				
رموز مخرجات التعلم Course ILOs	الساعات الفعالية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	التجارب العملية/ تدريبات Practical / Tutorials topics	الرقم Order
				١
				٢
				٣
				٤
				٥
				٦
===			اجمالي الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester	

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies
<ul style="list-style-type: none"> المحاضرة التفاعلية Lectures الحوار والمناقشة discussion العصف الذهني Brainstorming حل المشكلات Problem solving المحاكاة والعروض العملية Practical presentations & Simulation Method التطبيق العملي (Lab works) Practical in computer Lab المشروعات والمهام والتكاليف projects التعلم الذاتي Self-learning التعلم التعاوني Cooperative Learning تبادل الخبرات بين الزملاء

.vi الانشطة والتكليفات :Tasks and Assignments					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	نوع التكليف (فردى/ تعاونى)	الانشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
a2- b2- c1 - c2 - d1	W 5	2	فردى	ورقة دراسية	١
b1 - c1	W 7	3	فردى	ورقة دراسية	٢
a1-a2 - b1- b2- c1- c2	W 10	5	فردى	ورقة دراسية	٣
===	==	10		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	%١٠	10	W 5- W 7- W 10	التكليفات والواجبات Tasks and Assignments	١
a2- b2- c2 -c2	%٥	5	—	كوز (١) Quiz	٢
a1-a2 - b1-b2 c1- c2 - d2	20%	20	W8	اختبار نصف الفصل Midterm Exam	٣
a2- b2- c2 -c2	5%	5	—	كوز (٢) Quiz	٤
—	—	—	—	اختبار نهاية الفصل (عملي) Final Exam (practical)	٥
a1-a2 - b1-b2 c1- c2 - d2	%٦٠	60	W16	اختبار نهاية الفصل (نظري) Final Exam (theoretical)	٦
===	%100	100	الإجمالي Total		

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)
- حسن احمد الشافعي، ٢٠٠٦م، الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ط ١، جمهورية مصر العربية
٢. المراجع المساندة Essential References:
سعد شلبي، ٢٠٠٥م، أسس التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، المنصورة جمهورية مصر العربية
٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.
www.google.com (www.mgs.gov.dz)



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 دخول 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 او 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



خطة مقرر: العلاقات العامة والتسويق الرياضي (اختياري)

i. معلومات عن أستاذ المقرر						
Information about Faculty Member Responsible for the Course			Office Hours		الاسم Name	
			الساعات المكتبية (أسبوعياً)		ا.د/ حسين صالح مصلح جعيم	
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	صنعاء – مدينة الثورة - ٧٧٠٧٠٧١٧٢
						المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.
						البريد الإلكتروني E-mail
						Juaim2003@gmail.com

ii. معلومات عامة عن المقرر			
العلاقات العامة والتسويق الرياضي			اسم المقرر Course Title
PE 4225			رمز المقرر ورقمه Course Code and Number
المجموع Total	الساعات المعتمدة		
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture
2	—	—	2
المستوى الثالث – الفصل الأول			المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester
لا توجد			المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites
لا توجد			المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite
التربية الرياضية			البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered
العربية			لغة تدريس المقرر Language of teaching the course
كلية التربية الرياضية			مكان تدريس المقرر Location of teaching the course

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

iii. وصف المقرر
<p>يهدف هذا المقرر الى تزويد الطالب/ة بالمفاهيم والمعارف الأساسية للتسويق الرياضي ويُعرف اهمية التسويق ودور الاعلام وادارة التسويق ويربط بين الخدمات والسلع والبضائع والادوات للمنتج البشري بالبطولات والمباريات الرياضية ويحلل السوق الرياضي والمشتري والرعاة وينجز تكاليف بحصر مجالات التسويق الرياضي ويشارك مع الزملاء استعراض أساليب التسويق بالمؤسسات الرياضية ويكون قادر على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والشبكة المعلوماتية.</p>

رئيس الجامعة
أ.د/ القاسم عباس

عميد مركز التطوير وضمان الجودة
أ.م.د/ هدى العماد

رئيس القسم
أ.م.د/ نجيب جعيم

نائب العميد لشؤون الجودة
أ.م.د/ عبد الغني مطهر

عميد الكلية
أ.م.د/ نجيب جعيم



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

بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب /ة قادرا على أن:

- a1 – يُعرف أهمية التسويق الرياضي ودور الاعلام الرياضي.
- a2 – يحدد المفاهيم الأساسية والخاصة بالتسويق الرياضي وادارة السوق.
- b1 – يربط بين الخدمات والسلع والبضائع والادوات للمنتج البشري بالبطولات والمباريات الرياضية.
- b2 – يحلل اساسيات وخصائص السوق الرياضي والمشتري والرعاة.
- c1 – يطور الخطط والافكار لدى الهيئات الرياضية حول المنتجات الرياضية.
- c2 – ينجز خطة تسويقية لتسويق منتجات رياضية.
- d1 – يشارك الاخرين في اعداد نموذج لأساليب التسويق للأندية والاتحادات الرياضية تتوافق مع الاساليب الدولية.
- d2 – يستخدم شبكة المعلومات لزيادة المهارات الذاتية.

i. محتوى المقرر :Course Content

اولا: الموضوعات النظرية :Theoretical Aspect

الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الاسبوع Week Due	الساعات الفعلية Contact Hours
1	التسويق الرياضي	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مدخل تاريخي للتسويق ▪ تعريف التسويق الرياضي 	1w	2
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ أهمية التسويق الرياضي. ▪ دور الإعلام في التسويق الرياضي. 	2w	2
2	إدارة التسويق	<ul style="list-style-type: none"> ▪ إدارة التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية ▪ المفهوم الشامل للمنتج الرياضي والمنتج البشري 	3w	2
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ الخدمات والسلع ▪ البضائع والأدوات 	4w	2
3	الحدث الرياضي (البطولة والمباراة)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ الأفكار ▪ الهيئة الرياضية 	5w	2
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ المنتج الأساسي ▪ المنتج الإضافي 	6w	2
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ خطط المنتج الرياضي ▪ السياسات التسويقية للمنتج الرياضي 	7w	2
4		<ul style="list-style-type: none"> ▪ امتحان نصف الفصل (نظري) 	8w	٢
5	السوق الرياضي	<ul style="list-style-type: none"> ▪ المشتري غير النهائي ▪ المشتري التاجر ▪ المشتري الخدمي 	9w	2
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ المشتري الدولي ▪ الرعاة 	10w	2



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صنعاء
كلية التربية الرياضية

2	11w	<ul style="list-style-type: none"> تسويق حقوق الدعاية والإعلان التسويق التلفزيوني تسويق البطولات والمباريات 	أساليب التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية	6
2	12w	<ul style="list-style-type: none"> تسويق اللاعبين تسويق المنشآت الرياضية والاجتماعية تسويق الخدمات للجمهور الداخلي والخارجي 		
2	13w	<ul style="list-style-type: none"> الترخيص للعلامات والشعارات على المنتجات والإعلان على ملابس وأدوات اللاعبين والإعلان على المنشآت الرياضية استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية وعائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات. 	مجالات التسويق الرياضي	7
2	14w	<ul style="list-style-type: none"> حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني للأنشطة والمناسبات الرياضية الإعلان في المطبوعات والنشرات والبرامج الخاصة بالأنشطة الرياضية تسويق اللاعبين، حيث أصبح الاحتراف عنصراً أساسياً لدى الأندية 		
2	15w	<ul style="list-style-type: none"> مراجعة عامة لما سبق دراسته 		8
2	16w	<ul style="list-style-type: none"> اختبار نهاية الفصل (نظري) 		9
32	١٦	اجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

ثانياً: 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
				١
				٢
				٣
				٤
				٥
				٦
===			اجمالي الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester	

رئيس الجامعة
أ.د/ القاسم عباس

عميد مركز التطوير وضمان الجودة
أ.م.د/ هدى العماد

رئيس القسم
أ.م.د/ نجيب جعيم

نائب العميد لشؤون الجودة
أ.م.د/ عبد الغني مطهر

عميد الكلية
أ.م.د/ عبد الغني مطهر



استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies	
المحاضرة التفاعلية Lectures	■
الحوار والمناقشة discussion	■
العصف الذهني Brainstorming	■
حل المشكلات Problem solving	■
المحاكاة والعروض العملية Practical presentations & Simulation Method	■
التطبيق العملي (Lab works) Practical in computer Lab	■
المشروعات والمهام والتكاليف projects	■
التعلم الذاتي Self-learning	■
التعلم التعاوني Cooperative Learning	■
تبادل الخبرات بين الزملاء	■

.X الانشطة والتكليفات :Tasks and Assignments					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	نوع التكليف (فردى/ تعاونى)	الانشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
a2- b2- c1 – c2 – d1	W 5	2	فردى	ورقة دراسية	١
b1 – c1	W 7	3	فردى	ورقة دراسية	٢
a1-a2 - b1- b2- c1- c2	W 10	5	فردى	ورقة دراسية	٣
===	==	10		Total Score إجمالي الدرجة	

.xi 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	%١٠	10	W 5- W 7- W 10	التكليفات والواجبات Tasks and Assignments	١
a2- b2- c2 –c2	%٥	5	—	كوز (١) Quiz	٢
a1-a2 - b1-b2 c1- c2 – d2	20%	20	W8	اختبار نصف الفصل Midterm Exam	٣
a2- b2- c2 –c2	5%	5	—	كوز (٢) Quiz	٤
—	—	—	—	اختبار نهاية الفصل (عملي) Final Exam (practical)	٥
a1-a2 - b1-b2 c1- c2 – d2	%٦٠	60	W16	اختبار نهاية الفصل (نظري) Final Exam (theoretical)	٦
===	%100	100		Total الإجمالي	



مصادر التعلم Learning Resources: كتابة المراجع المقرر (اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).	
١. المراجع الرئيسية Required Textbook(s): (لا تزيد عن مرجعين)	
- حسن احمد الشافعي، ٢٠٠٦م، الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر ط ١، جمهورية مصر العربية	
٢. المراجع المساندة Essential References:	
سعد شلبي، ٢٠٠٥م، أسس التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، المنصورة جمهورية مصر العربية	
٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.	
www.google.com	www.mgs.gov.dz

i. 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 دخول 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 او 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