



"الريادة والأبداع في الأعمال"  
Entrepreneurship and  
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الأعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

الكلية	الأعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	مبادئ التسويق	رقم المادة	0504110
الساعات المعتمدة	3	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	----

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن هذا المساق دراسة تحليلية للمبادئ والمفاهيم الأساسية لأصول التسويق حيث يعد أحد الأنشطة الإستراتيجية لمؤسسة الأعمال كما يتضمن دراسة البيئة التسويقية و مدى تأثيرها على العملية التسويقية والسلوك الشرائي . بالإضافة إلى أهمية معرفة عناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع ، الترويج) .

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	تعريف الطالب بمفاهيم التسويق وأساسياته.
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 أن يكون للطالب القدرة على إمتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة. 2.1 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية والتنظيمية والإجتماعية للتسويق. 3.1 تدعيم قدرات ومهارات التواصل الفعال , شفويا وكتابة في حقول ومجالات بحوث التسويق.
الهدف الثاني	الفهم والإستيعاب لآليات التسوق.
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 أن يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال , شفويا وكتابة في حقول ومجالات بحوث التسويق. 2.2 تمكين الطالب من معرفة القيم والمسؤوليات الأخلاقية والتنظيمية والإجتماعية للتسويق .
الهدف الثالث	الفهم الشمولي لعناصر المزيج التسويقي ودراسة سلوك المستهلك.
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 أن يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة. 2.3 أن يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشاكل باستخدام تقنيات التحليل الكمي أو النوعي . 3.3 إكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي. .
الهدف الرابع	بناء علاقات طويلة الأمد مع المستهلك والذي يمثل محور الإرتكاز.
مخرجات التعلم للهدف الرابع	1.4 أن يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال , شفويا وكتابة في حقول ومجالات بحوث التسويق 2.4 أن يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الأهداف المنشودة. . 3.4 تمكين الطالب من معرفة القيم والمسؤوليات الأخلاقية والتنظيمية والإجتماعية للتسويق.
الكتاب المعتمد:	1- معلا ناجي , (2018) , أصول التسويق (مدخل تحليلي ) نشر خاص , عمان , الأردن .
المراجع العلمية:	1- Kotler, P, and Armstrong, G. (2010). Principles of marketing. Prentice-Hall, N.J



"الريادة والأبداع في الأعمال"  
Entrepreneurship and  
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الأعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية - إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

التوزيع الزمني				
ملاحظات	الصفحات في الكتاب المعتمد	الموضوعات	عدد الساعات	الاسبوع
	معلا، ناجي 15-31	الفصل الأول : مقدمة عامة في التسويق 1- تعريف السوق . 2- التوجهات المفاهيمية والاجتماعية . 3- العناصر الأساسية للتسويق .	3	01
	معلا، ناجي 32-42	الفصل الأول : مقدمة عامة في التسويق 1- الفرص التسويقية ووظائفها 2- التسويق الإلكتروني	3	02
	معلا، ناجي 47-53	الفصل الثاني : البيئة التسويقية 1- تعريف البيئة التسويقية 2- تعريف البيئة الجزئية	3	03
	معلا، ناجي 54-65	الفصل الثاني : البيئة التسويقية 1- البيئة التسويقية الكلية 2- البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية	3	04
	معلا، ناجي 69-82	الفصل الثالث : السلوك الشرائي 1- النموذج السلوكي الاستهلاكي 2- السلوك الشرائي	3	05
	معلا، ناجي 83-92	الفصل الثالث : السلوك الشرائي 1- السلوك الشرائي الصناعي 2- العوامل المؤثرة على الشراء الصناعي	3	06
	معلا، ناجي 151-162	الفصل السادس : المنتجات : تصنيفاتها وخصائصها 1- تعريف المنتج 2- تصنيف المنتجات	3	07
	معلا، ناجي 163-184	الفصل السادس : المنتجات : تصنيفاتها وخصائصها 1- تصنيف السلع الصناعية 2- مزيج خطوط المنتجات 3- دورة حياة المنتج	3	08
	معلا، ناجي 187-193	الفصل السابع : التمييز بالعلامات التجارية 1- تعريف العلامة التجارية 2- مزايا تعود على المستهلك 3- مزايا تعود على المجتمع	3	09



"الريادة والأبداع في الأعمال"  
Entrepreneurship and  
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الأعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

10	3	الفصل السابع : التمييز بالعلامات التجارية 1-تعريف العلامة التجارية. 2- مزايا تعود على المجتمع. 3- التمييز بالاشارات الخاصة	معلا , ناجي 194-201	
11	3	الفصل الثامن : التسعير وسياساته 1- تعريف التسعير 2- العوامل المؤثرة في عملية التسعير	معلا , ناجي 203-218	
12	3	الفصل الثامن : التسعير وسياساته 1- الاهداف التسويقية في التسعير 2- استراتيجيات التسعير	معلا , ناجي 219-230	
13	3	الفصل التاسع : قنوات التوزيع 1- مفهوم التوزيع 2- تعريف قنوات التوزيع 3- المنافع التي تولدها قنوات التوزيع	معلا , ناجي 235-242	
14	3	الفصل التاسع : قنوات التوزيع 1- وظائف قنوات التوزيع 2- تعدد قنوات التوزيع	معلا , ناجي 243-255	
15	3	الفصل الحادي عشر: الترويج وأساليبه 1- الترويج و خصائصه 2- علاقة الترويج بالمزيج التسويقي 3- البعد الإقناعي في الترويج	معلا , ناجي 281-292	
16	3	الفصل الحادي عشر : الترويج وأساليبه 1- البعد الإقناعي في الترويج 2- الترويج وعملية التبني	معلا , ناجي 293-307	

طريقة التقييم للمواد النظرية	المشاركة = 10% الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي = 50%	طريقة التقييم للمواد العملية	اعمال الفصل = 50% (تقارير، أبحاث، امتحانات يومية) الامتحان النهائي = 50%
------------------------------	---	------------------------------	--



"الريادة والأبداع في الأعمال"  
Entrepreneurship and  
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الأعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية - إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

اعتمدت من قبل رئيس القسم	د. نافز نمر	تاريخ الاعتماد	2019/10/22
--------------------------	-------------	----------------	------------

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعباً من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة	Dr. Nafez N. Ali	رقم المكتب	130
الهاتف الداخلي	156	البريد الإلكتروني	N.Ali@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية	ح 8-10 ث 8-11	ن 8-11	