



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	التسويق الاجتماعي	رقم المادة	0504341
الساعات المعتمدة	3 ساعات	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	مبادئ التسويق

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن هذا المساق تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للتسويق الاجتماعي وفق المفهوم التسويقي الحديث، ويتضمن أيضا معرفة الطالب بأهمية التسويق الاجتماعي والفرق بينه وبين العلوم الأخرى، كما يهدف الى التركيز المعمق والتفصيلي على أهم استراتيجيات المزيج التسويقي للتسويق الاجتماعي .

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	معرفة الطالب مفهوم وآليات التسويق الاجتماعي ومساهماته.
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة 2.1 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق
الهدف الثاني	معرفة الطالب الفرق بين التسويق الاجتماعي والعلوم الأخرى.
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة 2.2 اكتساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي
الهدف الثالث	اكتساب الطالب قدرات تطبيق استراتيجيات المزيج التسويقي للتسويق الاجتماعي.
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي و/أو النوعي 2.3 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الاهداف المنشودة
الهدف الرابع	اكتساب الطالب معرفة اهمية التسويق الاجتماعي في العلوم الأخرى.
مخرجات التعلم للهدف الرابع	1.4 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي و/أو النوعي 2.4 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا و تحريريا في حقول ومجالات بحوث التسويق
الكتاب المعتمد:	1- التسويق الاجتماعي الاخضر والبيئي ، أ. د. محمد عبيدات – دار وائل، 2011
المراجع العلمية:	<u>المراجع المساندة :</u>



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



"عراقة وجوده"
"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
	27-15	الفصل الاول : طبيعة التغير الاجتماعي - اهمية واهداف الحملات الاجتماعية - اسباب ظهور وفشل الحملات الاجتماعية - نطاق التغير الاجتماعي - التغير الاجتماعي وعلاقته بالتسويق الاجتماعي	6	02+ 01
	82-55	الفصل الثاني : التسويق الاجتماعي كاستراتيجيات للتغير الاجتماعي - تعريف التسويق الاجتماعي - اعتبارات اساسية لنجاح حملات التسويق الاجتماعي - طبيعة التسويق الجناحي والتسويق التجاري - مفاهيم واجراءات التسويق الاجتماعي - علاقة التسويق الاجتماعي بالعلوم الاخرى	6	04+ 03
	85-106	الفصل الثالث : بحوث واستراتيجيات التسويق الاجتماعي - اهمية المعلومات الاولى والثانوية للتسويق الاجتماعي - استراتيجيات التسويق الاجتماعي - ابحاث الكمية والنوعية في التسويق الاجتماعي	6	06+ 05
	111-128	الفصل الرابع : استراتيجيات المزيج التسويقي للتسويق الاجتماعي - استراتيجيات المنتج - استراتيجيات التسعير - الترويج - التوزيع	6	08+ 07
	131-145	الفصل الخامس : ادارة برامج التسويق الاجتماعي - تخطيط البرامج الخاصة بالتسويق الاجتماعي - تنظيم البرامج الخاصة بالتسويق الاجتماعي - تنفيذ البرامج الخاصة بالتسويق الاجتماعي	6	09
	149-160	الفصل السادس : دور التسويق الاجتماعي في قطاع الزراعة - اهمية واهداف التسويق الاجتماعي في قطاع الزراعة	6	10
	161-174	الفصل السابع : دور التسويق الاجتماعي في الصناعة - تطوير التسويق الاجتماعي في قطاع الصناعي - علاقة التسويق الاجتماعي بالقطاع الصناعي	6	11
	175-186	الفصل الثامن : دور التسويق الاجتماعي في قطاع السياحة - اهمية واهداف التسويق الاجتماعي في قطاع السياحي - اهمية واهداف التسويق الاجتماعي تخطيط وتسعير وتوزيع وترويج المنتجات في قطاع السياحي	6	12



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



"عراقة وجوده"
"Tradition and Quality"

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

204-187	الفصل التاسع: دور التسويق الاجتماعي في قطاع الخدمات - دور التسويق الاجتماعي في تصميم استراتيجيات قطاع الخدمات - دور التسويق الاجتماعي في وضع استراتيجيات المزيج التسويقي في قطاع الخدمات	13+14
273-217	الفصل العاشر: دور المنظمات الغير ربحية في مجال التسويق الاجتماعي - جمعيات حماية البيئة والتسويق الاجتماعي - دور حماية المستهلك والتسويق الاجتماعي - مستقبل التسويق الاجتماعي	16+15

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

اعتمدت من قبل رئيس القسم	د. نافر نمر علي	تاريخ الاعتماد
-----------------------------	-----------------	----------------

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

مدرس المادة	د. محمود علان	رقم المكتب	136
الهاتف الداخلي	110	البريد الالكتروني	mahmoud.allan@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية			