



-(132)

(1) : (21) (27) : (1)

3	1	*100
3	2	111
3	1	100
3	2	102
3		100 .
3		102
3		100 .

(6) : \*

(24)

3	(1)	101
3	(1)	101 .
3		101
3		105
3	(1)	210 .
3		160 .
3		107
3	2	101 .

(81)

: (81) :

(75)

223 221 220 200 121 . 102 102 . 102  
327 **324** 321 320 230 . 227 **226** 225  
435 427 426 424 423 **422** **420** 350 .  
. 493

(6)

207 331 311 309 491 425 329 328  
311 211 469 233 201 . 472 421 407  
.498 328 318

27	6	21	
24	-	24	
81	6	75	
132			

(81) : / :

JORDAN

الأردن

(60)

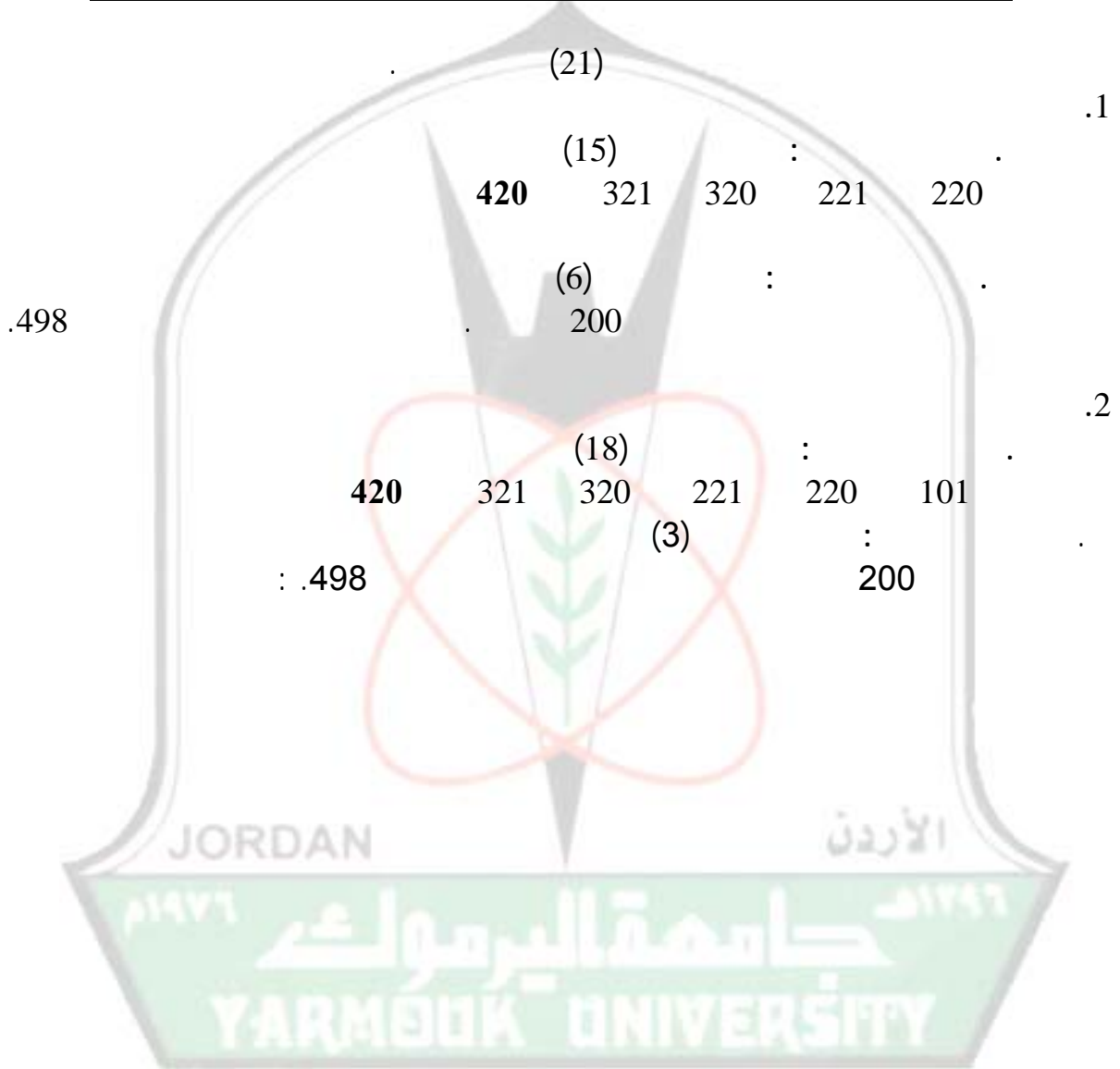
227 225 221 220 200 102 102 . 102  
**422** **420** 350 . **327** **324** 321 320 230  
. 493 435 427 426

(21)

( )

/

27	6	21	
24	-	24	
60	-	60	
21			
132			



-	3		100
102	3	(1)	220
220	3	(2)	221
220	3		223 *
220	3		225
220	3		<b>226</b>
221	3		227
220	3		320
220	3		321
220	3		324
220	3		<b>327</b>
220	3		328
220	3		329
220	3		<b>420</b>
220	3		<b>422</b>
220 +200	3		423
227	3		424
220	3		425
220	3		426
332	3		427
	3		491
	3		493

	323	223	•
	325	225	•
JORDAN	326	226	•
1997	420	330	•
جامعة اليرموك	422	332	•
YARMOUK UNIVERSITY			



متطلب سابق	عدد الساعات		وصف المساق	اسم المساق	رمز المساق ورقمه	تسلسل
	عملي	نظري				
	-	3	التسويق وعناصره ( المنتج ، قنوات التوزيع ، الأسعار ، الترويج ) حماية المستهلك ، أخلاقيات التعامل في التسويق، دور المؤسسات المختلفة في حماية المستهلك .	التسويق وحماية المستهلك	تق 100	1
	-	3	يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلبة بالمعرفة والمهارات اللازمة للبحث العلمي الفعال في الأعمال . عند اكتمال تدريس المساق يتمكن الطلبة من إجراء مشاريع بحثية مختلفة . يغطي المساق كل مراحل البحث العلمي ،مثل عملية البحث، تصميم البحث، جمع البيانات، التحليل تفسير النتائج، كتابة التقرير النهائي .	أساليب البحث العلمي	تق 200	2
د 101	-	3	مفهوم التسويق وأهميته، وظائف التسويق ، أنواع السلع والأسواق ، تقسيم (تجزئة)الأسواق ، سلوك المستهلك ، المزيج التسويقي (المنتج ، التوزيع ، الترويج، التسعير) .	مبادئ في التسويق (1)	تق 220	3
تق 220	-	3	تعريف الطالب بالتخطيط الإستراتيجي في التسويق ، والبيئة التسويقية،والتسويق الدولي وبحوث التسويق . تسويق الخدمات وكذلك التعمق بإبعاد المزيج التسويقي المختلفة مثل : تطوير سلع جديدة، والعلامات التجارية ، التغليف ، وتجارة الجملة ، وتجارة التجزئة ، واساليب الترويج المختلفة .	مبادئ في التسويق (2)	تق 221	4
تق 220	-	3	التعريف بأهمية التسويق السياحي سواء الخارجي أو الداخلي والتعريف بوكالات السياحة ، وأنواع السياحة وتصميم المزيج التسويقي السياحي (تطوير الخدمات السياحية ، التسعير ، الأماكن السياحية ، وترويج السياحة) .	التسويق السياحي	تق 223	5
تق 220	-	3	هيكل التسويق الدولي، وتنظيمه، وسياساته وإجراءاته، تأثير المنافسة الأجنبية على السوق المحلي، مشكلات اختراق الأسواق الأجنبية.	التسويق الدولي	تق 225	6
تق 220	-	3	طبيعة وأهمية إدارة التجزئة، التخطيط الاستراتيجي للتجزئة، تصنيف إدارة التجزئة، تكنولوجيا التجزئة. طرق تمويل تجارة التجزئة. استخدام حق الامتياز في إدارة التجزئة. تخطيط المزيج التسويقي. الرقابة على نشاطات التجزئة.	إدارة التجزئة	تق 226	7

220 تق	-	3	تعريف الطالب بإستخدامات الحاسوب في مجال التسويق والتركيز على برامج المايكروسوفت الحديثة (مثل ورد، اكسل ، بور بوينت).وكيفية تطبيقها في مجال التسويق .	تطبيقات الحاسوب في التسويق	227 تق	8
220 تق	-		مفاهيم التسويق الحديثة في مجال الخدمات . المزيج التسويقي للخدمات تصميم الخدمة، إدارة الطلب على الخدمة ، وجود الخدمة المدركة ، والمشكلات المترتبة على تسويق الخدمات .	تسويق الخدمات	320 تق	9
220 تق	-	3	يتضمن هذا المساق التخطيط الإستراتيجي وإعداد الموازنات وكذلك تطوير الوظائف البيعية بما يتعلق بالعلاقة مع الزبائن وإدارة المناطق وتنظيمها بالإضافة إلى التنبؤ وتحديد الطلب ، وقيادة ، وتوجيه ، وتحفيز رجال البيع .	إدارة المبيعات	321 تق	10
220 تق	-	3	يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بعملية تطوير وإدارة سلعة جديدة . كذلك التركيز على أسباب فشل تطوير السلع الجديدة، وكيف يمكن إدارة وتحسين الصورة الذهنية للماركات من منظور العملاء.	إدارة المنتج	324 تق	11
220 تق	-	3	يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلبة بالمعرفة والمهارات اللازمة في الاتصالات التسويقية في بيئة الأعمال ذات التنافسية الشديدة . استخدام إدارة الترويج المتنوعة على أرض الواقع في التسويق يتناول المساق مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة بنظرة شمولية ، وكذلك كل أساليب الترويج ومختلف أنواع وسائل الأعلام .	إدارة الترويج	327	12
220 تق	-	3	طبيعة وأهمية تجارة الجملة، وظائف تجار الجملة تصنيف تجار الجملة، أنماط تجار الجملة والوكلاء والمؤسسات المساعدة. المزيج التسويقي في تجارة الجملة ويركز المساق على أساسيات إدارة تجارة الجملة ودورها في النظام التسويقي .	تجارة الجملة	328 تق	13
220 تق	-	3	مبادئ دراسات التسويق المصرفي.المزيج التسويقي استراتيجيات التسويق المصرفي إعداد الخطط التسويقية للنشاطات المصرفية المختلفة، المستجندات المحلية والعالمية في المجال المصرفي والتسويق المصرفي الإلكتروني .	التسويق المصرفي	329 تق	14
220 تق	-	3	المظاهر السلوكية للمشتري القرار الشرائي للمستهلك والمؤثرات على سلوك المشتري مثل الجماعات المرجعية ، والطبقات الاجتماعية ،	سلوك المستهلك	420 تق	15

			وأسلوب الحياة ، والعلاقات العائلية ، وكذلك التعلم، والإدراك ، والشخصية والاتجاهات والعوامل النفسية والأدوار والاستخدامات الاستراتيجية للاتصالات المقتنعة في التسويق		
16	تق 422	إدارة التسويق	مشكلات التسويق في الشركات، دور مدير التسويق في تطوير وتقديم استراتيجيات تسويقية هادفة، استخدام أفكار من العلوم السلوكية في فهم المشتريين، دراسة مجالات اتخاذ القرارات في التسويق، الإعلان والبيع الشخصي، وتطوير الإنتاج والتسعير والاستراتيجيات التوزيعية والتنافسية	3	-
17	تق 423	بحوث التسويق	يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلبة بالمعرفة والمهارات اللازمة لتطبيق بحوث التسويق على أرض الواقع . وعند اكتمال تدريس المساق ، يتمكن الطلبة من فهم الحالات البحثية في التسويق ، واستخدام الأدوات البحثية المناسبة لمعالجة المشاكل البحثية في التسويق . يركز المساق على الجوانب التطبيقية والعملية في بحوث التسويق ، ويغطي مراحل البحث المتقدمة في التسويق .	3	-
18	تق 424	التسويق الإلكتروني	يشتمل هذا المساق على التعريف بمفهوم التسويق الإلكتروني وأهميته آلياته ، عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني ، تطبيقات التسويق الإلكتروني في الأسواق الاستهلاكية وأسواق الأعمال أو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية البيئية.	3	-
19	تق 425	التسويق الصناعي	طبيعة التسويق الصناعي ، أنواع السلع الصناعية ، الطلب على السلع الصناعية ، تجزئة الأسواق الصناعية ، التخطيط الاستراتيجي للتسويق الصناعي ، استراتيجيات المزيج التسويقي الصناعي .	3	-
20	تق 426	قنوات التوزيع	دراسة أعضاء قناة التوزيع (المنتج، تاجر الجملة، تاجر التجزئة) مع الاهتمام بـ والتركيز على أنواعهم ووظائفهم . دراسة العوامل البيئية المختلفة التي تؤثر على قناة التوزيع . الأبعاد السلوكية لقنوات التوزيع . تصميم قنوات توزيعية كفؤة . مراقبة وتقييم النشاطات التوزيعية في قنوات التوزيع .	3	-
21	تق 427	استراتيجيات التسويق	يهدف هذا المساق تزويد الطالب بالمهارات الأساسية لوضع وتطوير إستراتيجيات التسويق وذلك من خلال مناقشة أمور كثيرة من أهمها : تحليل المواقف الداخلية والخارجية ، مناقشة البدائل الإستراتيجية ، مثل النمو ، التعلغل والإستراتيجيات الدولية كل ذلك يهدف الى خلق ميزة تنافسية مساندة .	3	-
22	تق 491	ندوة في التسويق	يقوم الطلبة بتحليل ومناقشة وكتابة تقارير في موضوعات وقضايا		موافقة رئيس القسم



			خاصة في التسويق يختارها المحاضر .		
موافقة رئيس القسم			يحضر الطلبة سلسلة محاضرات مكثفة بفترة زمنية قصيرة بالتركيز على بحوث التسويق التطبيقية العملية . ثم يطلب من الطلبة القيام بمشاريع بحثية في التسويق تحت إشراف مكثف خلال الفصل .	بحث في التسويق	23
				تق 493	

