



وصف المواد
لبرنامج البكالوريوس في
التسويق

1604201 مبادئ التسويق (3 ساعات معتمدة)
المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطلبة بالمفاهيم الأساسية للتسويق بالإضافة إلى توضيح تأثير مختلف العوامل البيئية على أنشطة وفعاليات التسويق في المؤسسات العامة والخاصة. كما يتناول هذا المساق عرض عناصر المزيج التسويقي (السلعة، السعر، التوزيع والترويج) بأبعادها المختلفة وأهمية بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية لبناء سياسات وبرامج التسويق للمؤسسات المعنية. كما يوضح هذا المساق وبشكل عام تأثير مختلف العوامل الداخلية والخارجية على سلوك المستهلك النهائي. أخيراً يعرض هذا المساق مبادئ وأساسيات التسويق الدولي على ضوء اقتصاد السوق واتفاقيه التجارة الدولية.

1604213 سلوك المستهلك (3 ساعات معتمدة)
المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطلبة الدارسين بالمفاهيم والمبادئ الأساسية لسلوك المستهلك باعتباره نقطة الارتكاز التي ينطلق منها المخطط التسويقي عند وضع برنامج وسياساته التسويقية. كما يهدف أيضاً إلى شرح كيفية تأثير العوامل الداخلية والخارجية على سلوك المستهلك سواء كان فرداً أو أسرة أو مؤسسة صناعية أو تجارية. كما يهدف بالمعالجة والتحليل لتأثير العديد من العوامل على سلوك الأفراد والأسر وبالتالي المؤسسات الإنتاجية والتسويقية. كما يتضمن هذا التعرف على المضامين التسويقية والترويجية للعديد من المفاهيم والموضوعات كالإدراك الحسي ، التعلم ، الشخصية ، والمواقف وتغييرها ، والجماعات المرجعية، الأسر والطبقة الاجتماعية ونشر الاختراعات وغيرها . كما يهدف وبشكل محدد إلى التعرف على محددات سلوك الأفراد والأسر والمؤسسات في الأردن على ضوء تحول الاقتصاد الأردني من صيغة الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق وذلك من خلال تحليل ومعالجة حالات عملية للسلوك في هذا المجال أو ذاك .



1604303 التسويق الزراعي (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تحديد عناصر المزيج التسويقي الزراعي بالإضافة إلى المشكلات والعراقيل التي تواجه رجال التسويق في هذا المجال كما تتناول هذه المادة عرض تحليل تجارب محلية وعربية في مجال تسويق المنتجات الزراعية وأخيراً، تتضمن هذه المادة التعرف على الفرص المتاحة في مجال التسويق الزراعي للأردن مقارنة مع غيرها من الأقطار.

1604312 تخطيط وتطوير المنتجات (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الدارسين بطبيعة ومهام إدارة المنتج الجديد من حيث دور المنتجات في جهود الشركة التسويقية وتعريف المنتج وخصائص المنتجات الجديدة وأنواعها. إضافة إلى استعراض عملية ومراحل تخطيط المنتج الجديد من حيث الأهداف والاستراتيجيات والبرامج التسويقية. وإكساب الطالب المعرفة النظرية والعملية ذات العلاقة في تطوير وابتكار المنتجات الجديدة من مرحلة توليد الأفكار وغربلتها حتى اختبارها سوقياً ، وكذلك كيفية وضع البرامج التسويقية الملائمة عند طرح المنتج الجديد للأسواق لأول مرة . كما يتناول شرح مفصل حول كيفية تبني المستهلك للمنتجات الجديدة والعوامل المؤثرة على عملية التبني، إضافة إلى إكساب الطالب المعرفة في إدارة دورة حياة المنتج وقياسها وطبيعة البرامج التسويقية الملائمة لكل مرحلة



(3 ساعات معتمدة)

1604317 بحوث التسويق

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بماهية بحوث التسويق وأهميتها لاتخاذ القرارات التسويقية وتزويده بالإطار المفاهيمي لعملية البحث التسويقي العلمي بالإضافة إلى تعريفه بالأدوات المستخدمة في جمع وتحليل وتفسير البيانات. كذلك يهدف إلى تعريف الطالب بعملية القياس في بحوث التسويق وأساليب جمع البيانات التسويقية كما يهدف إلى إكساب الطالب مهارات إجراء البحوث التجريبية في التسويق . يضاف إلى ذلك انه يهدف إلى تزويد الطالب ببعض المهارات والمعارف الإحصائية كاستخدام العينات وطريقة تحديد الحجم المناسب لها. كما يهدف إلى تعريف الطالب بأساليب مراجعة وتصنيف البيانات التسويقية وتحليلها وأساليب هذا التحليل المتقدم كتحليل التباين والانحدار. . . الخ. كذلك يهدف إلى التعريف ببحوث تطوير السلع والخدمات وبحوث ابتكار المنتجات الجديدة، بالإضافة إلى بحوث المستهلك والنمط الاستهلاكي.

(3 ساعات معتمدة)

1604325 الترويج التجاري

المتطلب السابق : (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بمفهوم الترويج التجاري وأهميته ضمن النشاط التسويقي مع توضيح علاقته التكميلية مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى (المنتج، السعر، التوزيع). كما يهدف هذا المساق إلى دراسة وتحليل طبيعة الترويج التجاري كعملية اتصال إقناعي والآليات التي يعمل من خلالها. كذلك يهدف إلى دراسة الجوانب الإدارية للنشاط الترويجي ويتضمن ذلك تخطيط الجهود الترويجية وتصميم الحملات الإعلانية . وضمن هذا السياق فإنه يهدف إلى تنمية وتطوير مهارات وقدرات الطالب اللازمة لذلك . يضاف إلى ذلك ، فإن هذا المساق سيولي أهمية خاصة لدراسة وتحليل الأساليب المختلفة للترويج التجاري ، وضمن هذا السياق يهدف إلى دراسة الإعلان التجاري من حيث طبيعته وخصائصه وآثاره ، كما سيتم دراسة الدعاية التجارية والبيع الشخصي والعلاقات العامة ووسائل ترويج المبيعات مع تزويد الطالب بمهارات اختيار الأسلوب الترويجي الأنسب .



1604334 التسويق السياحي والفندقي (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق : (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب وتزويده بالمفاهيم الأساسية للتسويق السياحي والتركيز على أهمية التسويق السياحي وتطوره ، وإكساب الطالب المعرفة في مجال التطبيقات التسويقية في مجال السياحة وبناء الاستراتيجيات التسويقية الملائمة . كذلك تعريف الطالب بالقرارات والسياسات المتعلقة بالمزيج التسويقي في مجال السياحة مع إعطاء أمثلة على الواقع السياحي في المملكة الأردنية الهاشمية وغيرها من البلدان المتقدمة.

1604336 التسويق المصرفي (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بالمفاهيم والأصول العلمية المتعلقة بالتسويق المصرفي باعتباره حالة متخصصة في تسويق الخدمات كما يقدم إطاراً متكاملًا وشاملاً للعمليات التسويقية في المصرف التجاري. كذلك يهدف إلى توضيح الجوانب الأساسية لتسويق الخدمات المصرفية والتي تتميز بها عن تسويق السلع والخدمات الأخرى . يضاف إلى ذلك انه يهدف إلى دراسة مدى كبير من الموضوعات الهامة في التسويق المصرفي مثل مزيج الخدمات المصرفية والجوانب السلوكية في شراء الخدمة المصرفية بالإضافة إلى البيئة التسويقية للمصرف وتعريف الطالب بالأسس والقواعد العلمية المتبعة في تسعير وتوزيع وترويج الخدمات المصرفية والتعرف على الأنماط المختلفة للعملاء وطرق التعامل معهم . وأخيراً ، فإنه يهدف إلى تنمية وتطوير مهارات التفاوض والمساومة التجارية لدى الطالب .



(3 ساعات معتمدة)

1604341 التسويق الدولي

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بأهمية ومفهوم نشاط التسويق الدولي ومدى اختلافه عن نشاط التسويق المحلي ، إضافة إلى استعراض الجوانب النظرية لأهم الدوافع والعوامل المحددة لسلوك الشركات في الأسواق الدولية وكذلك شرح أهم العوامل البيئية الدولية (الاقتصادية ، السياسية ، الاجتماعية ، والثقافية والتنافسية) وأثرها على قرارات المسوق الدولي . كما تهدف إلى تعريف الطالب بأهمية وأنواع المعلومات المطلوبة للعمل في الأسواق الدولية وكيفية الحصول عليها واستعراض أهم مشاكل الحصول عليها وكيفية التغلب على هذه المشاكل وأيضاً يغطي المعرفة للطالب بالطرق والإجراءات المتبعة في تحليل وتقييم الفرص السوقية الدولية والتخطيط لاختيار الأسواق واختراقها وبناء الاستراتيجيات السوقية الملائمة ، إضافة إلى إكساب الطالب المعرفة النظرية والعملية في ممارسة الأنشطة التسويقية الدولية، كسياسات تخطيط وتطوير المنتجات الدولية وسياسات وطرق التسعير الدولية ، وسياسات التوزيع واللوجستية الدولية وسياسات الترويج الدولية ، إضافة إلى إجراءات التبادل الدولي.

(3 ساعات معتمدة)

1604343 إداره قنوات التسويق

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بأهمية ومفهوم نشاط التوزيع كإحدى وظائف وعناصر التسويق بالإضافة إلى تحليل أهم العوامل البيئية المؤثرة على سلوك المنشآت التسويقية. كما تهدف إلى تعريف الطالب بأهم أنواع المنشآت التسويقية ومدى اختلافها ووظائفها ودورها في النشاط التسويقي كنشاط الجملة ونشاط التجزئة . إضافة إلى تناول الجوانب الإدارية في تخطيط النشاط التوزيعي في المؤسسات وتطبيق مفهوم الرقابة على أداء المؤسسات التسويقية وكيفية وأنواع أساليب القيادة داخل القناة التسويقية وإدارة الصراع. كما يهدف إلى إعطاء الطالب مجموعة من المواضيع الحديثة في إدارة القناة التسويقية ومنها إدارة القناة التسويقية وعناصر المزيج التسويقي وخدمة العملاء وإدارة اللوجستية، وقناة التسويق الدولية وتسويق الخدمات .



(3 ساعات معتمدة)

1604405 إستراتيجية التسويق

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تزويد الدارسين بالمعرفة الضرورية لبناء الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للمؤسسات والشركات في القطاعين الخاص والعام سواء بسواء. ذلك أن بيئة المؤسسات المتغيرة باستمرار تستوجب إتباع الأساليب والخطوات العلمية والعملية المؤدية إلى تصميم وتنفيذ تلك الاستراتيجيات الواقعية في أهدافها وبمشاركة كافة الإدارات الرئيسية في تلك المؤسسات وبالقلب منها إدارة التسويق . كما يهدف هذا المساق إلى تزويد الدارسين بالفوائد الممكنة من وراء إتباع أدوات تحليل إستراتيجية معاصرة تطبق الآن في العديد من المؤسسات في الدول المتقدمة. سيخصص الوقت الأكبر المتاح لتدريب الدارسين على بناء استراتيجيات محددته لماركات سلعية أو خدمية ومن الواقع المحلي وبناء على معلومات أكثر واقعية وبناء على معلومات أكثر واقعية والتصاقاً بحياة الأفراد والأسر والمؤسسات الأردنية وبهذا فانه من المتوقع أن يتمكن الدارسين في نهاية الفترة الزمنية للمساق من الإلمام بشروط وخطوات التخطيط الاستراتيجي التسويقي الناجح لعدد من الماركات السلعية والخدمية ذات الصلة .

(3 ساعات معتمدة)

1604307 قضايا معاصرة بالتسويق

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطلبة الدارسين في تخصص التسويق بالقضايا المعاصرة في التسويق وعلى ضوء الممارسة العملية، كما يهدف إلى شرح وتفسير مشاكل تسويقية محددته من واقع البيئة المحلية وربطها بالمفاهيم التسويقية العلمية وحسب المستجدات البيئية.



(3 ساعات معتمدة)

1604422 تطبيقات عملية في الإعلان

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بالجوانب العملية للعملية الإعلانية و تنمية وتطوير مهارات التصميم والإبداع الفكري لدى الطالب و تزويد الطالب بالأصول العلمية والقواعد المهنية في تصميم الإعلان و تعريف الطالب بالجوانب الفنية للإعلان التجاري و تعويد الطالب على تحليل محتوى الإعلان والكيفية التي يؤثر بها و إكساب الطالب مهارات البحوث والاختبارات اللازمة في مجال الإعلان و تعريف الطالب بواقع وبيئة الإعلان في الأردن وإمكانيات تفعيل دوره .

(3 ساعات معتمدة)

1604429 إدارة مبيعات

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بالبيع وتطوره ومدى تأثيره بالتطور في مفهوم التسويق والتأكيد على الطبيعة الاتصالية الأفقانية له . كما سيتم إلقاء الضوء على المهارات الأساسية الأزم توفرها في مندوب البيع الناجح، كذلك يهدف إلى تعريف وتوضيح الجوانب الإدارية للنشاط ألبيعي. وضمن هذا الإطار فانه يهدف إلى تحليل الأبعاد التخطيطية والتنظيمية والرقابية بالإضافة إلى دراسة الوظائف الرئيسية المتعلقة بإدارة قوة رجال البيع من اختيار وتعيين وتدريب وإشراف ومكافأة وتعويض . وأخيراً، فان هذا المساق يهدف إلى تعويد الطالب على إجراء البحوث والمساحات الميدانية المتعلقة بالنشاط ألبيعي.



(3 ساعات معتمدة)

1604440 التسويق للأعمال

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بأهمية ومفهوم نشاط التسويق الصناعي وخصائص وطبيعة الأسواق الصناعية ومقارنتها بأسواق المستهلك النهائي وتحليل البيئة التسويقية . كما يتناول الأساليب التكنولوجية الحديثة في جوانب الشراء والإنتاج لدى المستخدم الصناعي ، كما يهدف إلى استعراض خصائص وشرح لنموذج السلوك الشرائي للمؤسسات الصناعية ومدى اختلافه عن نموذج الشراء للمستهلك النهائي . كما يتضمن مناقشة أنظمة المعلومات وبحوث التسويق في المؤسسات الصناعية . كما يهدف هذا إلى إكساب الطالب المعرفة في عملية التخطيط الاستراتيجي في التسويق الصناعي وتحليل وتقسيم الفرص السوقية واستخدام عملية تقسيم السوق الصناعي . إضافة إلى تعريف الطالب بالسياسات والقرارات التسويقية التي تتعلق بتطوير استراتيجيات المنتجات وقنوات التوزيع والترويج والتسعير للأسواق الصناعية المحلية والدولية .

(3 ساعات معتمدة)

1604346 إدارة تجارة التجزئة

المتطلب السابق: (لا يوجد)

تعد إدارة التجزئة مهنة حيوية ومتنوعة يمكن تطبيقها في مجالات مختلفة وعليه فان الهدف من هذا المساق هو رفد الطلبة بفهم سليم وأساسي لكل من عناصر التخطيط والعمل والإدارة في مجال وظيفة تجارة التجزئة ، خلال هذا المساق سيختبر الطلاب العناصر المتنوعة التي تؤدي شركات التجزئة للوصول لإدارة ناجحة بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الخطة الإستراتيجية لتجارة التجزئة وتحليل الموقع وعملية الشراء في تجارة التجزئة وعملية التجارة والسعر والترويج وتحليل نسبة الأرباح .



1604350 أخلاقيات التسويق (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق: (لا يوجد)

أن هذا المساق سيمكن المسوقين في المستقبل من صياغة توجهات فردية فيما يخص التسويق العرفي حيث سيتم الأخذ بعين الاعتبار وظيفة التسويق الموجهة أخلاقيا من خلال استكشاف القضايا والمشاكل التي تحيط بموضوع حماية المستهلك ومحاسبة المساهمين والعولمة كما وأنه ومن خلال السيناريو التحليلي للطريقة التي يتم من خلالها صنع القرار الأخلاقي للإدارة التسويقية سيتم التخطيط لذلك (وضع خطط لذلك) .

1604444 قواعد بيانات التسويق (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق: (1932102)

يعلم هذا المساق الطلبة كيفية التي تمكنهم من استخدام قاعدة البيانات التسويقية من اجل الحفاظ على علاقات موزونة وعلانية ذات فائدة تعود بالنفع على العملاء ويتم اختبارها ، كما ويتعلم الطلاب كيفية ابتداء علاقات مفيدة مع العملاء للحصول على المعلومات الضرورية التي تمكنهم من فهم الطريقة التي يتصرف بها العملاء (سلوك العملاء) فهذا المساق يوضح الطرق التي من شأنها أن تحسن نسبة الأرباح الكلية من خلال استخدام قواعد البيانات اربط الخطط وعملية التنبؤ ووضع الميزانية والاختيار ضمن قائمة الاختيار وقائمة وسائل الإعلام إضافة لتطوير المنتج والانجاز وخدمات العميل ، على الطلبة أن يطبقوا هذه الأساليب لمواجهة المشاكل التسويقية على ارض الواقع .



1604314 البيع الشخصي (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق: (لا يوجد)

يقدم هذا المساق المهارات الأساسية في البيع والمهارات التي يتطلبها البيع الفعال لتلك الأساليب المتعلقة بتنظيم وتعيين طاقم من الموظفين وتحفيز وتقييم قوى البيع هذا وستشمل الموضوعات التي يغطيها هذا المساق مبادئ البيع وعروض البيع والأشخاص الذين يقومون بعملية البيع كالتاجر وعميل خدمات المشتركين كما ويشمل المنظمات التي تقوم بعملية البيع أو تنظيمات ووظائف البيع والتنبؤ بعواقبها والخيارات المطروحة لقوى البيع والتدريب المطروح ضمن هذا السياق .

1604319 التسويق الأخضر والبيئي (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق: (لا يوجد)

يتعامل مساق التسويق الأخضر والبيئي مع القضايا المتعلقة بالبيئة حيث يغطي الموضوعات التي تتمحور حول القاعدة النظرية والتوجهات الإدارية ووجهة نظر السياسة العامة أو تلك ذات الصلة بالدليل empirical كما ويغطي هذا المساق مساحة واسعة بدء بالأقسام وانتهاء بالمنتج فالإعلان واستراتيجيات التوزيع ومن المنظور الجزئي إلى المنظور الكلي وهو يمثل أداة ممتازة تمكن الطلاب من الفهم والبحث في البيئة التسويقية .

1604430 سياسات التسعير (3 ساعات معتمدة)

المتطلب السابق: (1602211)

يكمّن الهدف من هذا المساق في تقديم الطلبة لوادة من أهم العوامل المتعلقة بالخليط التسويقي فموضوع التسعير دقيق للغاية وخرج يؤثر على نجاح أي منتج أو خدمة .
سيعطي المساق الطلبة الدارسين له خلفية متينة فيما يخص الأساليب المختلفة للتسعير والمداخل المختلفة لهذا الموضوع كذلك إضافة لتحديد الوقت الذي يمكننا من فرض سياسة تسعيرية معينة وتحت أية ظروف يتم ذلك .



الجامعة الاردنية
وحدة القبول والتسجيل
وصف المواد

(3 ساعات معتمدة)

1604319 التسويق الصحي والدوائي

المتطلب السابق: (لا يوجد)

(3 ساعات معتمدة)

1604315 التسويق الالكتروني

المتطلب السابق: (لا يوجد)