

## وصف المقرر

الكلية	الاعمال		
القسم	التسويق	NQF level	7
اسم المقرر	نظم المعلومات التسويقية	الرمز	305462
الساعات المعتمدة	3	نظري	عملي
منسق المقرر	د. بلال عنيزان	الايمل	Bilal.e@jadara.edu.jo
المدرس	د. بلال عنيزان	الايملات	Bilal.e@jadara.edu.jo
وقت المحاضرة	11:30-10	المكان	وجاهي
الفصل الدراسي	الثاني	تاريخ الاعداد	2022-2
الشهادة	بكالوريوس في التسويق	تاريخ التعديل	2022
		شكل الحضور	دوام كامل

يعتبر موضوع نظم المعلومات التسويقية هو حجر الأساس للعديد من الموضوعات التسويقية في كافة القطاعات الانتاجية(سلع،خدمات،افكار) حيث نضع بين يديك تصور شامل عن مجريات العملية التسويقية من المنتج إلى المستهلك النهائي سواء إنتاجي أم خدمي أم فكري. ويعتبر سلم النجاح لأي شخص ينخرط في في ظل منظومة الأعمال الاقتصادية والاجتماعية الهادفة إلى الربح من أجل البقاء والاستمرار.
<b>اهداف المقرر</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- التعرف على أهمية نظم المعلومات التسويقية والعوامل التي عززت الاهتمام به لسوق القطاعات الانتاجية منها.</li> <li>- أهمية تكامل نظام المعلومات التسويقية مع النظم الاخرى وعناصرها الداخلية والخارجية</li> <li>- أهمية نظم بحوث السوق في التسويق الحديث للمنتجات.</li> <li>- الإعلان ودورة في التعريف بنظم المعلومات التسويقية للمؤسسات القائمة علي تصنيع وتسويق المنتجات وما تقدم من(سلع، خدمات، أفكار).</li> </ul>
<b>مخرجات التعلم</b>
<b>A</b> المعرفة –الفهم النظري عند اكمال متطلبات المقرر،سيتمكن الخريج من:
a1 تعريف التسويق بشكل عام و فهم نظام المعلومات التسويقية وأهميتها في المزيج التسويقي.
<b>B</b> -المعرفة –التطبيق العملي عند اكمال متطلبات البرنامج، سيتمكن الخريج من:
a2 التعرف على دور نظم المعلومات التسويقية في فن التعامل مع العملاء سواء المحليين أو الخارجيين
<b>C</b> مهارات –الحل العام للمشكلات و المهارات التحليلية للمنشآت الاقتصادية سواء مصنعة أو متاجر تجزئة. عند اكمال متطلبات البرنامج، سيتمكن الخريج من:
b1 تحليل عناصر البيئة الداخلية والخارجية ودراسة أثرها على الوظيفة التسويقية لاسيما القطاعات الانتاجية ودور نظم المعلومات التسويقية فيها.
<b>D</b> مهارات – الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والحسابات للمنشآت من خلال استخدام نظم المعلومات التسويقية. عند اكمال متطلبات البرنامج، سيتمكن الخريج من:
b2 التعرف على التسويق بشكل فاعل من خلال نظم المعلومات التسويقية عن طريق الانترنت

E- الكفايات: الحكم الذاتي والمسؤولية والسياق  
عند اكتمال متطلبات البرنامج، سيتمكن الخريج من:

1 دور نظم المعلومات التسويقية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمنشآت الانتاجية.

#### طرق التعلم والتعليم

- التمهيد للمحاضرة وعرض أهدافها قبل المناقشة، والتمهيد لموضوع المحاضرة التالية في نهاية كل محاضرة.
- استخدام مختلف استراتيجيات التدريس: التدريس المباشر، الحالات الدراسية، العمل الجماعي، حل المشكلات، التعلم بالممارسة، واستخدام أسلوب العصف الذهني داخل المحاضرات.
- ورشات عمل، حلقات نقاش، زيارات ميدانية للمواقع السياحية، طريقة الالقاء.
- ورشة عمل ( إحصار مدير قسم المعلومات والابحاث في الشركات التي تقوم وتعمل بالاساليب العلمية كالمستحضرات الدوائية في وزارة الصحة واحدى مدراء الشركات القائمة على الصناعة الدوائية، والتعرف على واقع العلاقات العامة فيها والعقبات التي تواجهها ومناقشة ذلك من قبل الطلاب، حلقات علمية وحوارية .
- طرق التعلم الذاتي وعن البعد

#### طرق التقييم

الامتحانات القصيرة، الامتحانات الفصلية، تقييم الاداء الطالب ، تفاعل الطالب داخل المحاضرة، تقديم الطالب برزنتيشن، امتحانات نهائية ، ابحاث علمية .

طرق التقييم :

الامتحان الميد :30%

الامتحان الثاني :0%

المشاركة والواجبات :20%

الامتحان النهائي :50%

#### محتوى المقرر

أسبوع	ساعات	مخرجات	المواضيع	طرق التعلم والتعليم	طرق التقييم
1.	3	a1 a2	مفهوم نظم المعلومات التسويقية والعوامل التي تعزز الاهتمام به.	1. عروض سمعية وبصرية وضوئية من خلال الكمبيوتر (باور 3a بوينت) power point. 2. مواد مطبوعة (تتضمن مواقف تعليمية بهدف استخدامها في عملية التحليل والاستنتاج والحكم على المواقف السياحية). 3. مناقشات صفية. 4. التعلم الذاتي. 5. مناقشات وجلسات عصف	مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية

	ذهني. 6. تكوين مجموعات عمل صغيرة واختيار كل مجموعة لموضوع من موضوعات علم النفس الاجتماعي والعمل على دراستها وتكوين فكرة لبحث علمي في ضوء التعلم التعاوني.				
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	مفهوم نظم المعلومات التسويقية والعوامل التي تعزز الاهتمام به.	a1 a2	3	.2
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	تكامل نظام المعلومات التسويقية مع النظم الأخرى.	b1 b2	3	.3
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	تكامل نظام المعلومات التسويقية مع النظم الأخرى	b1 b2	3	.4
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	عناصر نظام المعلومات التسويقية	b1 b2	3	.5
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	عناصر نظام المعلومات التسويقية	b1 b2	3	.6
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	مكونات نظام المعلومات التسويقية.	b1 b2	3	.7
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	مكونات نظام المعلومات التسويقية.	b1 b2	3	.8
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	مكونات نظام المعلومات التسويقية.	a1	3	.9

مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	انواع المعلومات التسويقية ومصادها التقليدية وعبر الانترنت.	a1 c1	3	.10
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	انواع المعلومات التسويقية ومصادها التقليدية وعبر الانترنت.	a1	3	.11
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	انواع المعلومات التسويقية ومصادها التقليدية وعبر الانترنت.	a1	3	.12
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية.	a1	3	.13
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية.	a1	3	.14
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	نظام دعم القرارات التسويقية.	a1 c1	3	.15
مشاريع فردية، مشاريع جماعية، تقارير، اختبارات دورية، أنشطة صفية، اختبارات عملية	-	نظام دعم القرارات التسويقية.	a1 c1	3	.16

### المكونات

الكتاب	1-نظم المعلومات التسويقية أد. محمد عبد حسين الطائي، تيسير محمد العجارمة ، 2008 اثناء النشر والتوزيع
المراجع	2- بحوث التسويق / اد. ثامر البكري حاتم الدليمي 2005، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 3- نظم المعلومات التسويقية. محمود جاسم الصميدعي ، أد. وردينه احمد، 2015 دار الحامد للنشر. 4- بحوث التسويق أد. ناجي معلا 1994. دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع. 5- نظم المعلومات التسويقية د. فريد كوريل، 2011. الانترنت.
موصى به للقراءة	1- نظم المعلومات التسويقية أد. محمد عبد حسين الطائي، تيسير محمد العجارمة ، 2008 اثناء النشر والتوزيع
مادة الكترونية	نعم
مواقع اخرى	الانترنت والمكتبة

المخرجات					الدرجة	طرق التقييم
c1	b2	b1	a2	a1		
10	10		10		30	الامتحان الأول (المنتصف)
					0	الامتحان الثاني (اذا توفر)
10	20		20		50	الامتحان النهائي
					20	اعمال الفصل
5						الوظائف
						حالات للدراسة
						المناقشة والتفاعل
			5			أنشطة جماعية
						امتحانات مختبرات ووظائف
						عروض تقديمية
	10					امتحانات قصيرة
25	40		35		100	المجموع

الانتحال
<p>الانتحال او السرقة الأدبية هو ان يأخذ شخص ما عملاً لشخص آخر ويدعي انه عمله. يوجد في الجامعة سياسة صارمة بشأن الانتحال، وإذا تم اكتشاف الانتحال بالفعل، سيتم تطبيق هذه السياسة. العقوبات تنطبق أيضًا على أي شخص يساعد شخصاً آخر على ارتكاب الانتحال (على سبيل المثال عن طريق السماح لشخص ما بنسخ التعليمات البرمجية الخاصة بك عن علم).</p> <p>يختلف الانتحال عن العمل الجماعي حيث يشارك عدد من الأفراد الأفكار حول كيفية تنفيذ المقررات الدراسية. نشجعك بشدة على العمل في مجموعات، وبالتأكيد لن تتم معاقبتك على ذلك. هذا يعني أنه يمكنك العمل معاً في عمل مشروع او انجاز وظيفة. المهم هو أن يكون لديك فهم كامل لجميع جوانب البرنامج المكمل. من أجل السماح بالتقييم الصحيح يجب عليك الالتزام بدقة بمتطلبات عمل المشروع او الوظيفة كما هو موضح أعلاه ومفصل. هذه المتطلبات موجودة لتشجيع العمل الجماعي، والفهم الفردي، وتسهيل التقييم الفردي، ومنع الانتحال.</p>