



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير

مخطط سير الدروس خلال السداسي الثاني 2021/2022

مخطط سير المحاضرة في مادة : التسويق

موجه لطلبة السنة ثانية تسيير

للأستاذة : عاتي لامية

عناصر المحاضرة	الحصة
المحاضرة الأولى: ماهية التسويق المحاضرة الثانية: السوق و البيئة التسويقية	1
المحاضرة الثالثة: سلوك المستهلك المحاضرة الرابعة: بحوث التسويق	2
المحاضرة الخامسة: الاستراتيجية التسويقية	3
المحاضرة السادسة: المزيج التسويقي	4
المحاضرة السابعة: أنواع التسويق	5

مخطط سير حصص الأعمال الموجهة في مادة : التسويق

المخطط انجازه	الحصة
- تقديم الأعمال و تفصيل طريقة التقييم	1
- البحث الأول: أهمية التسويق في وقتنا الحاضر (عصر الرقمنة/الكوفيد) - البحث الثاني: علاقة المؤسسة ببيئتها التسويقية	2
- البحث الثالث: الاستراتيجية التسويقية و استراتيجية المؤسسة - البحث الرابع: سلوك المستهلك الرقمي	3
- البحث الخامس: المزيج التسويقي (تفصيل) - البحث السادس: تسويق الخدمات	4
- البحث السابع: تسويق الأعمال - البحث الثامن: التسويق الأخضر - البحث التاسع: التسويق الدولي	5

قائمة البحوث الخاصة بمادة: التسويق

عنوان البحث 1	- البحث الأول: أهمية التسويق في وقتنا الحاضر
العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	- تنامي أهمية التسويق - أهمية التسويق في عصر الرقمنة - أهمية التسويق في فترة الكوفيد
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	- كل مراجع التسويق تتعرض للأهمية، لكن التعمق في تبيان أهميته تستدعي الاستعانة بعدة مقالات ذات الصلة بالموضوع
عنوان البحث 2	علاقة المؤسسة ببيئتها التسويقية
العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	- مدى تأثير عوامل البيئة التسويقية على المؤسسة - كيفية تعامل المؤسسة مع ديناميكية البيئة
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	-- كل مراجع التسويق تتعرض للبيئة التسويقية
عنوان البحث 3	سلوك المستهلك الرقمي
العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	احصائيات عن عدد المستهلكين الرقميين في العالم ككل وفي الدول العربية، مجالات الاستهلاك الرقمي خصوصية المستهلك الرقمي وكذا سلوكه
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	مقالات ذات الصلة بالموضوع ويفضل استعمال تلك الأجنبية لأنها الأكثر تطرقاً لهذا الموضوع
عنوان البحث 4	علاقة الاستراتيجية التسويقية باستراتيجية المؤسسة
العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	توضيح كيف بإمكان الاستراتيجية التسويقية أن تخدم استراتيجية المؤسسة والعكس
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	كل مراجع التسويق تتعرض للاستراتيجية التسويقية
عنوان البحث 5	المزيج التسويقي
العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	تجنب التعرض النظري لمجمل عناصر المزيج التسويقي لأنه سيتطرق إليها في المحاضرة و إنما التركيز على تطور المزيج التسويقي و التفصيل في بعض عناصره كالعلامة التجارية، رمزية الألوان و الأشكال و المواد
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	كل مراجع التسويق تتعرض للمزيج التسويقي
عنوان البحث 6	تسويق الخدمات

العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	المزيج التسويقي الخدمي وزهرة الخدمات
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	كل مراجع التسويق تتناول تسويق الخدمات الى جانب تلك المعنونة بتسويق الخدمات
عنوان البحث 7	التسويق الدولي
العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	اوجه الاختلاف بين التسويق المحلي و الدولي تطبيق عملي لاستراتيجية تسويق المنتجات على المستوى الدولي
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	كل مراجع التسويق تتعرض للتسويق الدولي الى جانب تلك المعنونة بالتسويق الدولي
عنوان البحث 8	التسويق الأخضر
العناصر التي يجب التقيد بمعالجتها	دوافع الاهتمام بالتسويق الأخضر ممارسات التسويق الأخضر الغسيل الأخضر
قائمة المراجع المساعدة (المتوفرة على مستوى مكتبة الكلية)	بعض من مراجع التسويق تتعرض للتسويق الأخضر ،على الطلبة الاطلاع على الرابط المدرج في قائمة المراجع لاثراء العمل

قائمة دراسات الحالة المقترحة

دراسة الحالة الأولى	البيئة التسويقية لشركة مكدونالدز
دراسة الحالة الثانية	الاستراتيجية التسويقية لشركة RYka للأحذية النسوية
دراسة الحالة الثالثة	المزيج التسويقي لشركة L'OREAL
دراسة الحالة الرابعة	التسويق الدولي لشركة افتراضية

قائمة المراجع المنصوح بها

الكتب على مستوى مكتبة كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير-جامعة أم البواقي-

العنوان	المؤلف	الرمز
01 أسس التسويق الحديث	الفاغي عبد الجبار	ح أ: 01633
02 تسويق الخدمات و تطبيقاته	المساعد زكي الخليل	ح أ: 2394
03 تسويق الأعمال	سويدان نظام	ح أ: 20497
04 سلوك المستهلك المعاصر	نوري منير	ح أ: 38098
05 فلسفة التسويق الأخضر	كافي مصطفى يوسف	ح أ: 37628
06 Le marketing	Lindon Denis	DE/08712/02
07 Principe du marketing	Armonstron Gary	DE/00670
08 Etudes marketing	Malhora Naresh	DE/10585
09 Réaliser votre étude marketing	Sabil Patrick	DE/09931/02

المواقع الالكترونية:

الموقع	طبيعة المحتوى	
http://ressources.auneg.fr/nuxeo/site/esupversions/83e876d5-3c45-45cb-a888-2af03045ca8e/co/Introduction_module.html	محاضرات- جامعة سويسرا-	01
https://theses.cz/id/n5zi5j/Mmoire_de_licence_Ga_parov_Ema.pdf	رسالة دكتوراه تركز على التسويق الدولي	02
https://www.ummt0.dz/dspace/bitstream/handle/ummt0/15364/m%C3%A9moire%20final.pdf?sequence=1	العلامة التجارية	03
https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-luxe/etude-de-cas/marketing-mix-oreal-624711.html	دراسة المزيج التسويقي L'OREAL	04
https://www.etudes-et-analyses.com/marketing/marketing-de-la-distribution/etude-de-cas/strategie-co-marketing-marques-carrefour-danone-323412.html	العلامة التجارية :دراسة حالة	05
https://www.youtube.com/watch?v=OxQv8Gd_oI	Cash investigation :marketing vert	06

حرر بتاريخ: 23/02/2022
الأستاذ المعني بالمادة: لامية عاتي