

نموذج رقم (12)

جامعة/أكاديمية : وزارة التعليم العالي

كلية/ معهد : المعهد العالي للفنون التطبيقية - التجمع الخامس

قسم : الطباعة والنشر والتغليف

توصيف مقرر دراسي 2017-2018

١ - بيانات المقرر		
الرمز الكودي: 4206	إسم المقرر: تسويق المطبوعات	الفرقة/المستوى: الرابعة - الفصل الدراسي الأول
التخصص: الطباعة والنشر والتغليف	عدد الوحدات الدراسية: (2) ساعة	نظري 0 عملي: 2

٢ - هدف المقرر:	اكساب الطلاب المعارف والمهارات المرتبطة بتصميم الحملات التسويقية المختلفة بما يتلاءم مع طبيعة المنتجات الطباعية والسوق المحلية من خلال الاستفادة القصوى من الأساليب التكنولوجية الحديثة .
٣ - المستهدف من تدريس المقرر: فى نهاية المقرر يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:	
أ- المعلومات والمفاهيم	أ-1 يشرح اسس وأهمية عمليات التسويق لمنتجات الطباعة و التغليف. أ-2 يذكر مفاهيم ومصطلحات التسويق لمنتجات الطباعة والتغليف أ-3 يعرف مبادئ علم التسويق لمنتجات الطباعة والتغليف.
ب- المهارات الذهنية	ب-1 يحلل الحملات التسويقية لترويج المنتجات. ب-2 يختار ما بين البدائل للوصول لأفضل الحلول للمشاكل التسويقية. ب-3 يحدد العلاقة بين الوظائف والخصائص المطلوبة والتكاليف وتسويق المنتجات.
ج- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر	ج-1 يحلل آليات السوق المرتبطة بالحملات التسويقية الخاصة بالمؤسسات الطباعية. ج-2 يصمم الحملات التسويقية وفقاً لإقتصاديات الإنتاج بما يتلاءم مع طبيعة المستهلك. ج-3 يصيغ حسابات التكاليف المبدئية للعملية التصميمية .
د- المهارات العامة	د-1 يحلل البيانات ويعد البحوث المختلفة. د-2 يستخدم التغذية المرتجعة لتحسين الأداء. د-3 يجيد العرض الفعال والتواصل.

الأسبوع	الموضوع	عدد الساعات	محاضرة	درس
2-1	- التعريف بالمقرر وأهدافه. - إعلام الطالب بنتائج إستبيان تقييم المقرر للعام الماضي. - أهمية عمليات التسويق لترويج المنتجات الطباعة	4		4
4-3	أسس عمليات التسويق	4		4
7-5	إدارة التسويق داخل الهيكل التنظيمي لدور الطبع	6		6
8	إمتحان منتصف الفصل الدراسي	2		2
11-9	دراسة آليات السوق وتطويرها في المؤسسات الطباعة	6		6
14-12	1. منافذ البيع - مناقشات وتقييم أداء صفي	6		6
15	إمتحان آخر الفصل الدراسي	2		2
4- محتوى المقرر				
<p>5- أساليب التعليم والتعلم</p> <p>1- محاضرات 2- مناقشات وعروض تعليمية</p>				
<p>6- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة</p> <p>1- محاضرة (خلال الساعات المكتبية)</p>				
7- تقويم الطلاب:				
<p>أ- الأساليب المستخدمة:</p> <p>1. إمتحان منتصف الفصل الدراسي (اختبار نظري) 2. مناقشات وتقييم أداء صفي 3. إمتحان آخر الفصل الدراسي (اختبار نظري)</p>				
<p>ب- التوقيت:</p> <p>- التقييم (1): الأسبوع 8 - التقييم (2): الأسبوع 14-12 - التقييم (3): الإِسبوع 15</p>				

<p>تقييم نهاية الفصل الدراسي 100% مقسم الى :</p> <p>1. إمتحان منتصف الفصل الدراسي (اختبار نظري) (20%)</p> <p>2. مناقشات وتقييم أداء صفي (20%)</p> <p>3. إمتحان آخر الفصل الدراسي (اختبار نظري) (60%)</p>	<p>ج- توزيع الدرجات:</p>
<p>8- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:</p>	
<p>لا توجد</p>	<p>أ- مذكرات</p>
<p>لا توجد</p>	<p>ب- كتب/ ملزمة</p>
<p>رانيا فوزى محمد: تأثير التصميم وجودة الطباعة لوسائل ترويج المبيعات على التسويق العادي والمباشر للسلع الغذائية ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، 2003 .</p>	<p>ج- كتب مقترحة</p>
<p>www.ama.com www.marketing.com</p>	<p>د- دوريات علمية أو نشرات..... إلخ</p>

رئيس مجلس القسم العلمي : أ.د. رمضان عبد الرحمن

أستاذ المادة : أ.د. أحمد أحمد علوان