

نموذج (12) توصيف مقرر دراسي

جامعة/أكاديمية : وزارة التعليم العالي
كلية/ معهد : المعهد العالي للفنون التطبيقية - التجمع الخامس
قسم : التصميم الداخلي و الأثاث

1- بيانات المقرر		
الفرقة /المستوى: الفرقة الرابعة الفصل الدراسي: الثاني العام الدراسي: 2018/ 2017	إسم المقرر : تسويق وأبحاث المنتج	الرمز الكودي: 4209
عدد الوحدات الدراسية : 4 نظري (3) عملي (1)		التخصص: التصميم الداخلي والأثاث

1. إكساب الطالب المفاهيم و الحقائق المرتبطة باتجاهات السوق المحلي و متطلبات الساعة من تزايد أو أحجام بالنسبة لمنتجات الأثاث – تقليدية أو جديدة – أو أعمال التصميم الداخلي – إمكانية غزو السوق بمنتجات ذات سمات جديدة و مبتكرة.	2- هدف المقرر:
3- <u>المستهدف من تدريس المقرر : أن يكون الطالب في نهاية المقرر قادراً على :</u>	
أ1- يسرد عمليات التصنيع و الإنتاج و المواصفات المرتبطة بالمنتج و نظم الجودة. أ2- يشرح القوانين و التشريعات المنظمة لإدارة عمليات التصميم و إقتصادياته. أ3- يشرح الأسلوب و المنهج العلمي في التفكير و التخطيط و حل المشاكل. أ4- يذكر الاختبارات اللازمة لتقييم مستوى اداء المنتج و تسويقه .	أ- المعلومات والمفاهيم :
ب1- يستنبط التفكير العلمي المتسلسل في عرض المشاكل و تحليلها و حلها. ب2- يطابق نظم الإنتاج و النظريات بالعلوم التكنولوجية و التطبيقية المختلفة ارتباطاً بالخواص المطلوبة بالمنتجات و إحتياجات المستهلك. ب3- يقارن بين الوظائف و الخصائص المطلوبة و التكاليف و علاقتهم بالتصميم.	ب- المهارات الذهنية :
ج1- يضع المواصفات لتنفيذ منتجات الأثاث ج2- يستخدم البرامج المتخصصة في التصميم و التحليل و يحسب حسابات التكلفة. ج3- يختار الخامات و المواد المستخدمة ارتباطاً بالاستخدام النهائي .	ج - المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:

د - المهارات العامة :

- 1- يتقن التعامل مع الكمبيوتر والبرامج التكنولوجية المختلفة والمتخصصة لإنتاج التصميمات والنماذج والتحليل وكتابة التقرير .
2- يعد خطة للقيادة في فريق العمل ويتحكم في توزيع المهام وسرعة اتخاذ القرار و يستخدم التغذية المرتجعة لتحسين الأداء .
3- يدير استراتيجيات تسويق المنتج ويعمل دراسات الجدوى .

4- محتوى المقرر :

م	الموضوع	عدد الساعات	نظري	عملي
1	عرض لأهداف المقرر وتوصيفه ومحتوياته وماتم من خطط التحسين عن العام الماضي.	4	3	1
2	مقدمة في التطورات الحديثة في استراتيجيات التسويق	4	3	1
3	تعريف التسويق واهدافه واهميته	4	3	1
4	عناصر النشاط التسويقي - ابحاث السوق وابحاث التسويق	4	3	1
5	مهام وظيفة التسويق	4	3	1
6	انواع وطرق التسويق المختلفة	4	3	1
7	سلوك المستهلك كمحدد لقرار الشراء	4	3	1
8	اختبار أعمال السنة.	4	3	1
9	مفهوم الابداع والابتكار للمنتجات الجديدة	4	3	1
10	التخطيط التسويقي واستراتيجيات الترويج والاعلان	4	3	1
11	تحليل SWOT	4	3	1
12	التنبؤ بالمبيعات وادارة النشاط التسويقي (تمارين تطبيقية)	4	3	1
13	اتخاذ القرارات التسويقية	4	3	1
14	ادارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالتسويق	4	3	1
15	امتحان نهاية الفصل الدراسي.	4	3	1

5- أساليب التعليم والتعلم

- 5أ- محاضرات
5ب- مناقشات و عروض تعليمية.
5ج- مشاريع تطبيقية.
5د- إجراء بحوث.
5هـ- تمارين تطبيقية

6- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة		<p>أ6- محاضرة (تفعيل الساعات المكتبية).</p> <p>ب6- التعلم التعاوني، تقسيم الطلاب إلى مجموعات صغيرة بهدف تحسين مستواهم.</p> <p>ج6- تمارين تطبيقية.</p> <p>د6- مشاريع تطبيقية</p> <p>ه6 - العصف الذهني</p>	
7- تقويم الطلاب :			
أ- الأساليب المستخدمة		1- مناقشات وتقييم أدىء فصلى	
مدى الفهم والمعرفة لدى الطلاب.		لتقييم	
2- تكاليف و واجبات منزلية		2- تكاليف و واجبات منزلية	
قدرة الطالب على حل الاسئلة		لتقييم	
3- امتحان نظرى منتصف الفصل الدراسي.		3- امتحان نظرى منتصف الفصل الدراسي.	
مدى الفهم والقدرات الذهنية لدى الطلاب.		لتقييم	
4- امتحان نظرى في نهاية العام.		4- امتحان نظرى في نهاية العام.	
لتقييم مدى تحقق أهداف المقرر.		لتقييم	
ب- التوقيت		ب1- التقييم 1	
دورى كل أسبوع		مناقشات وتقييم أدىء فصلى	
دوري كل أسبوع		تكاليف و واجبات منزلية	
ب2- التقييم 2		ب3- التقييم 3	
الاسبوع الثامن		امتحان نظرى منتصف الفصل الدراسي.	
ب4- التقييم 4		ب4- التقييم 4	
نهاية الفصل الدراسى الأول الأسبوع الخامس عشر		امتحان نهاية الفصل الدراسى الاول	
ج - توزيع		ج1- الحضور والتفاعل	
10		%10	

30	%30	ج2- اختبار منتصف الفصل الدراسي	الدرجات
60	%60	ج3- اختبار نهاية الفصل الدراسي	
100	%100	ج4- المجموع	
8- قائمة الكتب الدراسية والمراجع :			
		أ- مذكرات الأهمية الاقتصادية للمنافع التسويقية (أ.م.د/عزة علي فرج) (ملزمة معتمدة من مجلس المعهد والقسم).	
		ب- كتب ملزمة 1. "Basics advertising 02: Art direction", Nik Mahon, Ava Publishing, 2010. 2. "Basics advertising 02: online marketing", Brian Sheehan, Ava Publishing, 2010.	
		ج - كتب مقترحة 1. التسويق الإبتكاري، طلعت أسعد عبد الحميد، كلية التجارة جامعة المنصورة، مكتبة عين شمس، القاهرة. 2. التسويق، وجهة نظر معاصرة، عبد السلام أبو قحف، جامعة الإسكندرية.	
		د- دوريات علمية أو نشرات ... الخ استخدام شبكة الانترنت في مواقع مجال التسويق للمنتجات والاساليب الحديثة في ذات المجال	
		هـ- الرسائل العلمية لا يوجد	

أستاذ المادة: أ.م.د/عزة علي فرج

رئيس مجلس القسم العلمي: أ.م.د/ نها فخري عبدالسلام