الطباعة والنشر والتغليف

وحدة ضمان الجودة
Quality Assurance Unit

الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد أغسطس 2009

وزارة التعليم العالي
المعهد العالي للفنون التطبيقية-التجمع الخامس

مصفوفة مقرر / : تسويق مطبوعات كود / 4206 الفرقة / الرابعة

النتائج التعليمية المستهدفة من المقرر	الموضوعات في الأسبوع															استراتيجية وطرق التعليم والتعلم											أساليب وطرق التقييم									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	استراتيجية التعليم المباشر		استراتيجية التعليم الغير مباشر		استراتيجية التعلم الذاتي		استراتيجية التعلم التجريبي		استراتيجية التعليم والتعلم التفاعلي			التقويم الختامي أو النهائي		التقويم البنائي أو التكويني							
	التعريف بالمقرر وأهدافه. إعلام الطالب بنتائج إستبيان تقييم المقرر للعام الماضي أهمية عمليات التسويق ل رويج المنتجات الطباعية	أهمية عمليات التسويق لترويج المنتجات الطباعية	أسس عمليات التسويق	أسس عمليات التسويق	إدارة التسويق داخل الهيكل التنظيمي لدور الطبع	إدارة التسويق داخل الهيكل التنظيمي لدور الطبع	إدارة التسويق داخل الهيكل التنظيمي لدور الطبع	إمتحان منتصف العام الدراسي	دراسة آليات السوق وتطويرها في المؤسسات الطباعية	دراسة آليات السوق وتطويرها في المؤسسات الطباعية	دراسة آليات السوق وتطويرها في المؤسسات الطباعية	منافذ البيع - مناقشات وتقييم أداء صفي	منافذ البيع - مناقشات وتقييم أداء صفي	منافذ البيع - مناقشات وتقييم أداء صفي	إمتحان أخر الفصل الدراسي	**محاضرات**	مناقشات وعروض تعليمية	تمارين تطبيقية	حل مشكلات	مشاريع تطبيقية	إجراء بحوث	تجارب معملية	زيارات ميدانية	التعلم التعاوني	التعلم الإلكتروني	العصف الذهني	إمتحان نظري	تقييم مشروعات تصميمية	تكاليف ووجبات منزلية	مناقشات وتقييم أداء صفي	اختبار شفوي	اختبار عملي	الملاحظة	المقابلات	التقويم الشخصي للطالب	ملف الإنجاز
أ– المعرفة والفهم :																																				
أ-1 يشرح اسس وأهمية عمليات التسويق لمنتجات الطباعة و التغليف	■	■	■	■												■	■										■									
أ-2 يذكر مفاهيم ومصطلحات التسويق لمنتجات الطباعة والتغليف					■	■	■									■	■										■									
أ- 3- يعرف مبادىء علم التسويق لمنتجات الطباعة والتغليف.					■	■	■									■	■										■									
ب– المهارات الذهنية (العقلية والفكرية) :																																				
ب-1- يحلل الحملات التسويقية لترويج المنتجات									■	■	■	■	■	■		■	■										■									
ب-2- يختار ما بين البدائل للوصول لأفضل الحلول للمشاكل التسويقيه.									■	■	■					■	■										■									
ب-3- يحدد العلاقة بين الوظائف والخصائص المطلوبة والتكاليف وتسويق المنتجات.									■	■	■					■	■										■									
ج – المهارات المهنية والعملية																																				
ج-1- يحلل آليات السوق المرتبطة بالحملات التسويقية الخاصة بالمؤسسات الطباعية									■	■	■						■										■		■							
ج -2- يصمم الحملات التسويقية وفقا لإقتصاديات الإنتاج بما يتلاءم مع طبيعة المستهلك.				■													■										■		■							
ج-3- يصيغ حسابات التكاليف المبدئية للعملية التصميمية				■													■										■		■							
د. المهارات العامة والقابلة للنقل:																																				
د-1- يحلل البيانات ويعد البحوث المختلفة												■					■												■							
د-2- .يستخدم التغذية المرتجعة لتحسين الأداء					■												■												■							
د-3- يجيد العرض الفعال والتواصل.					■												■												■							

استاذ المادة : م .د. أحمد أحمد علوان **رئيس القسم :ا.د رمضان عبد الرحمن**