



وصف المساق:

تتضمن المادة المفردات والمحاور الأساسية الآتية:

مفهوم التسويق بشكل عام، أهميته وأساليبه، تسويق المعلومات وأهميته وأساليبه وطرقه، طرق الإعلان عن خدمات المعلومات والترويج لها، برامج التسويق لخدمات المعلومات، استراتيجيات العلاقات العامة بما فيها المساومة وبحوث السوق والمستفيدين ودراسات الحاجات وتدريب الموظفين، طرق النشر التقليدية والإلكترونية، مشاكل تسويق المعلومات في الوطن العربي بشكل عام وفي الأردن بشكل خاص

أهداف المساق

يهدف هذا المساق إلى أن يكون الطالب قادراً على أن:

- يميز مفهوم التسويق وأهميته وأساليبه
- يدرك تسويق خدمات المعلومات وأهميته وأساليبه
- يدرك برامج التسويق لخدمات المعلومات
- يدرك استراتيجية التسويق، وعناصر المزيج التسويقي
- يتقن تطبيق عناصر التسويق في مجال المكتبات ومراكز المعلومات.
- يدرك مشاكل تسويق خدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات في الوطن العربي وكيفية المساهمة في التغلب عليها

مخرجات التعلم :

عند الانتهاء من هذا المقرر، فإنه من المتوقع أن يكون الطالب مدركاً لأهمية التسويق وتقنياته في تطوير المكتبات ومراكز المعلومات، وقادراً على تطبيق عناصر التسويق في مجال المكتبات ومراكز المعلومات.

هيكل المقرر :

الاسبوع	الساعة المعتمدة	نتائج التعلم	المواضيع	اجراءات التعلم	طرق التعليم
الاول	3	معرفة مفهوم خدمات المعلومات، منتجات المعلومات	توزيع الخطة ومناقشتها، مفهوم المصطلحات: خدمات المعلومات، منتجات المعلومات	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	التحضير المسبق للدرس
الثاني	3	معرفة دوافع تطبيق التسويق على خدمات المعلومات في المكتبات/ ومراكز المعلومات ودور التسويق في تفعيل المكتبات ومراكز المعلومات	دوافع تطبيق التسويق على خدمات المعلومات في المكتبات/ ومراكز المعلومات ودور التسويق في تفعيل المكتبات ومراكز المعلومات	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	المشاركة في مناقشات صفية
الثالث	3	معرفة طبيعة وخصائص المنتجات الخدمية، تحديد جودة خدمات المعلومات	طبيعة وخصائص المنتجات الخدمية، تحديد جودة خدمات المعلومات	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	المشاركة في مناقشات صفية
الرابع	3	معرفة مفهوم المصطلحات التسويقية وتطبيقاتها: التسويق، تسويق خدمات المعلومات، مصطلح البيع ومصطلح التسويق، تقسيم السوق سلوك المستهلك، بحوث التسويق	مفهوم المصطلحات: التسويق، تسويق خدمات المعلومات، مصطلح البيع ومصطلح التسويق، السوق، تقسيم السوق سلوك المستهلك، بحوث التسويق	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	العمل ضمن فريق
الخامس	3	معرفة مفهوم المصطلحات التسويقية وتطبيقاتها: التسويق، البيع، السوق، تسويق خدمات المعلومات تقسيم السوق، سلوك المستهلك، بحوث التسويق	مفهوم المصطلحات التسويقية وتطبيقاتها: التسويق، البيع، السوق، تسويق خدمات المعلومات تقسيم السوق، سلوك المستهلك، بحوث التسويق	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	العمل ضمن فريق
السادس	3	معرفة مفهوم المصطلحات	مفهوم معرفة المصطلحات	- التعليم عن طريق حلّ	المشاركة في

مناقشات صفية	المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	التسويقية وتطبيقاتها: المزيج التسويقي وعناصره (الإنتاج، التوزيع ، الترويج، التسعير ، الإنسان)	التسويقية وتطبيقاتها: المزيج التسويقي وعناصره (الإنتاج، التوزيع ، الترويج، التسعير ، الإنسان)		
المشاركة في مناقشات صفية	-التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	مفهوم معرفة المصطلحات التسويقية وتطبيقاتها: المزيج التسويقي وعناصره (الإنتاج، التوزيع، الترويج، التسعير ، الإنسان)	معرفة مفهوم المصطلحات التسويقية وتطبيقاتها: المزيج التسويقي وعناصره (الإنتاج، التوزيع ، الترويج، التسعير، الإنسان	3	السابع
المشاركة في مناقشات صفية	-التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	مفهوم معرفة المصطلحات التسويقية وتطبيقاتها: المزيج التسويقي وعناصره (الإنتاج، التوزيع، الترويج، التسعير ، الإنسان)	معرفة مفهوم المصطلحات التسويقية وتطبيقاتها: المزيج التسويقي وعناصره (الإنتاج، التوزيع ، الترويج، التسعير ، الإنسان	3	الثامن
العمل ضمن فريق	التدريب العملي على التكشيف التعليم عن طريق الأنشطة	تدريبات تطبيقية على عناصر المزيج التسويقي	إكساب مهارة تطبيق عناصر المزيج التسويقي في العملية التسويقية	3	التاسع
العمل ضمن فريق	التدريب العملي على التكشيف التعليم عن طريق الأنشطة	تدريبات تطبيقية على عناصر المزيج التسويقي	إكساب مهارة تطبيق عناصر المزيج التسويقي في العملية التسويقية	3	العاشر
التواصل بالتعليم عن بعد بالأنشطة والتكليفات	- التدريب العملي على إعداد استراتيجيات التسويق	استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات وأهميتها في عملية التسويق التطبيق العملي على إعداد استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات	إكساب مهارة إعداد استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات	3	الحادي عشر
التواصل بالتعليم عن بعد بالأنشطة والتكليفات	- التدريب العملي على إعداد استراتيجيات التسويق	استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات وأهميتها في عملية التسويق التطبيق العملي على	إكساب مهارة إعداد استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات	3	الثاني عشر

		إعداد استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات			
العمل ضمن فريق	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تسويق خدمات المعلومات	معرفة أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسويق خدمات المعلومات	3	الثالث عشر
العمل ضمن فريق	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	مشاكل تسويق خدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات العربية وطرق تجاوزها	معرفة أهم مشاكل تسويق خدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات العربية وطرق تجاوزها	3	الرابع عشر
العمل ضمن فريق	- التعليم عن طريق حلّ المشكلات - التعليم التعاوني - الحوار والمناقشة	مشاكل تسويق خدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات العربية وطرق تجاوزها	معرفة أهم مشاكل تسويق خدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات العربية وطرق تجاوزها	3	الخامس عشر
وضع اختبار ثابت وصادق	تقديم الامتحان وتوضيح المطلوب من أسئلته		تقييم المساق من خلال الامتحان النهائي	2	السادس عشر

المراجع الكتاب المقرر الرئيس

- عليان، رحي. تسويق المعلومات وخدمات المعلومات. عمان: دار صفاء، 2010. 382 ص
-المساعد، زكي خليل. تسويق الخدمات وتطبيقاته. عمان: دار المناهج، 2010 . 423 ص

1. المقررات المساندة الشنواني، صلاح (1996). الإدارة التسويقية الحديثة: المفهوم والاستراتيجية. أسبوط: مؤسسة شباب الجامعة.
2. المساعد، زكي خليل (1997). التسويق في المفهوم الشامل. عمان: دار زهران.
3. الشنواني، صلاح (1993). الإدارة التسويقية الحديثة: المفهوم والاستراتيجية. القاهرة: الدار العربية

التاريخ	العلامة	الطرق
	20 علامة	الاختبار الأول
	20 علامة	الاختبار الثاني
على مدار الفصل	10 علامات	والمشاركة والحضور
	50 علامة	النهائي

