

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

الميدان : العلوم الإنسانية
التخصص : علم المكتبات
السداسي : الخامس ليسانس
الشعبة : علم المكتبات
السنة الجامعية : 2020/2019

التعرف على المادة التعليمية

العنوان: تسويق أنظمة المعلومات
وحدة التعليم: الوحدة الأساسية
عدد الأرصة: 5 المعامل: 2
الحجم الساعي الأسبوعي: ثلاث ساعات
المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : ساعة ونصف الساعة
أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : ساعة ونصف الساعة
أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) :

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : الزبير بلهوشات – أستاذ محاضر.
تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) :

البريد الإلكتروني : zoubairb3@gmail.com

رقم الهاتف : 0675 16 08 26

توقيت الدرس ومكانه: يوم الأربعاء، 12:30 – 00:14، بالمدرج 05.

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis):

- معلومات عن طرق ومناهج التسويق - معارف نظرية عن تسويق أنظمة المعلومات - إمكانية توظيف المعلومات المتعلقة بتسويق أنظمة المعلومات ميدانيا.

الهدف العام للمادة التعليمية :

اكتساب الطالب المهارات و القدرات التي تمكنه من إجراء ما يلي:

- إبراز أهمية التسويق بالمؤسسات الوثائقية
- تطبيق التسويق الوثائقي بالمكتبات بمختلف أنواعها (المكتبات الجامعية، المدرسية، مراكز التوثيق،... الخ

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها): (من 3 إلى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

- التعرف على أهمية التسويق في المؤسسات الوثائقية (المعلومات كسلعة، الخدمات المكتبية، مقارنة بين السلعة و الخدمة)
- التعرف على الخدمات المكتبية القابلة للتسويق، دورة حياة الوثيقة، تجزئة السوق المستهدفة بغرض التعرف على نوعية المستفيدين بهدف تلبية احتياجاتهم من خلال وضع المعلومات المطلوبة في متناول المستفيد المناسب، في الوقت المناسب، بأقل تكلفة، في أسرع وقت و بأقل جهد.
- القدرة على استثمار قواعد التسويق داخل مؤسسات المعلومات/مواكبة الطرق الحديثة في عملية التسويق

محتوى المادة التعليمية

التعريف بالمقياس ومصطلحات و مفاهيم تعريف التسويق طبيعة وأهمية التسويق

معرفة البيئة والسوق

تجزئة السوق

سلوك المستهلك

المزيج التسويقي

أنواع التسويق تسويق الخدمات التسويق الوثائقي (تسويق المعلومات)

إستراتيجية التسويق الوثائقي المزيج التسويقي التسويق بين الإنتاج و التوزيع داخل مؤسسات المعلومات خصائص جودة الخدمات التسويق عبر

الانترنت

الإستراتيجية التسويقية البحث التسويقي خصائص الخدمات و المنتجات

التجارة الالكترونية: مواقع الويب التجارية الموزعين التجاريين للمعلومات

طرق التقييم

التقييم بالنسبة المئوية	طبيعة الامتحان
50%	امتحان
12.5%	امتحان جزئي
/	أعمال موجهة
/	أعمال تطبيقية
12.5%	المشروع الفردي
/	الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
/	خرجات ميدانية
12.5%	المواظبة (الحضور / الغياب)
12.5%	المشاركة
100%	المجموع

المرجع الأساسي الموصى به :

دار النشر و السنة	المؤلف	عنوان المرجع
عمان: دار الميسرة للنشر و التوزيع، 2004	ربحي مصطفى عليان. السامرائي، إيمان فاضل	تسويق المعلومات

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

دار النشر و السنة	المؤلف	عنوان المرجع الأول
الجزائر: الصفحات الزرقاء العالمية، 2009	سمية حداد	التسويق: أساسيات و مفاهيم

دار النشر و السنة	المؤلف	عنوان المرجع الثاني
عمان: دار صفاء، 2010	عليان، ربحي مصطفى. السامرائي، إيمان فاضل	تسويق المعلومات وخدمات المعلومات. ط.2
دار النشر و السنة	المؤلف	عنوان المرجع الثالث
Paris: Dunod, 2001	AUDRAS, Michel	Les études marketing documentaires: transformer votre documentation en information stratégique

المخطط الزمني المرتقب

التاريخ	محتوى الدرس	الأسبوع
2019/09/18	التعريف بالمقياس	الأسبوع الأول
2019/09/25	طبيعة وأهمية التسويق	الأسبوع الثاني
2019/10/02	أنواع التسويق	الأسبوع الثالث
2019/10/09	تسويق الخدمات	الأسبوع الرابع
2019/10/16	التسويق الوثائقي (تسويق المعلومات)	الأسبوع الخامس
2019/10/23	إستراتيجية التسويق الوثائقي	الأسبوع السادس
2019/10/30	المزيج التسويقي	الأسبوع السابع
2019/11/06	التسويق بين الإنتاج و التوزيع داخل مؤسسات المعلومات	الأسبوع الثامن
2019/11/13	الامتحان الجزئي	الأسبوع التاسع
2019/11/20	خصائص جودة الخدمات	الأسبوع العاشر
2019/11/27	التسويق عبر الانترنت	الأسبوع الحادي عشر
2019/12/04	الإستراتيجية التسويقية	الأسبوع الثاني عشر
2019/12/11	البحث التسويقي	الأسبوع الثالث عشر
2019/12/18	خصائص الخدمات و المنتجات	الأسبوع الرابع عشر
2019/12/25	التجارة الالكترونية: مواقع الويب التجارية	الأسبوع الخامس عشر
2020/01/08	الموزعين التجاريين للمعلومات	الأسبوع السادس عشر
2020/01/15	امتحان نهاية السداسي	الأسبوع السابع عشر
2020/01/22	الامتحان الاستدراكي	الأسبوع الثامن عشر