

الجامعة الأردنية

القسم: التسويق

الكلية: الأعمال

العام الأكاديمي: 2013/2014

الفصل الدراسي: الفصل الأول

قاعدة بيانات التسويق (160444)

لا يوجد	المتطلب السابق		المستوى	3	الساعات المعتمدة
	هاتف المكتب		رقم المكتب		منسق المادة / المشرف
	المكان		البريد الإلكتروني		الموقع الإلكتروني للمادة

ساعات العمل					
اليوم/الوقت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس

وصف المادة الدراسية

التكنولوجيا المتقدمة تمكن المسوقين لخلق علاقات مميزة مع العملاء التي كانت غير ممكنة في السابق لاقامة مثل هذه العلاقات. تم تصميم هذه المادة لزيادة فهم الطلاب لكيفية استخدام التكنولوجيا (وتحديدا في قاعدة بيانات العملاء) لتصميم وتنفيذ استراتيجيات التسويق. وسيولى اهتمام خاص لدراسة أنواع المعلومات المطلوبة في قاعدة بيانات العملاء وكيف يمكن أن تكون متكاملة في عملية صنع القرارات التسويقية.

أهداف التعلم

تم تصميم قاعدة بيانات التسويق لتزويد الطالب النظرية و المفاهيم المرتبطة باستخدام قواعد البيانات لتعزيز برامج التسويق و بناء علاقات قوية مع العملاء . بالإضافة إلى ذلك سوف يشارك الطالب في مشروع يهدف إلى تطوير المهارات اللازمة ليصبح مسوق قاعدة البيانات. وسوف تشمل الموضوعات نقلة نوعية لتسويق واحد على واحد ، وحساب RFM و قيمة وقت العملاء والقضايا تصميم قاعدة البيانات (ليس بناءها) واستراتيجيات بناء العلاقات ، استنساخ أفضل العملاء ، والوصول إلى الآفاق ، وتطوير عروض التسويق المباشر. سيتم التركيز على استخدام قاعدة بيانات التسويق. ينبغي أن يكون الطالب قادرا على مساعدة المنظمة في استخدام قاعدة البيانات

الخاصة بهم لاتخاذ قرارات التسويق. وتشمل الأهداف المحددة : تطوير فهم المبادئ الأساسية قاعدة البيانات وكيفية استخدام برنامج Access (برنامج قاعدة بيانات مايكروسوفت أوفيس) . لأن لهذه المادة أكثر من تطبيقي وتنفيذ لكن يستم التركيز على أساسيات Access و الطلاب قد يحتاج إلى مراجعة البرامج التعليمية التفاعلية

نتائج التعلّم المستهدفة

النتائج المرجوة بعد إكمال المادة الدراسية بنجاح:

أ. الفهم والاستيعاب: يُتوقع من الطالب أن:

1- الكشف على مواد عالية التقنية وتوفر التدريب العملي في التعامل مع هذه المعلومات التقنية

2- حل العديد من المشاكل غير المنظمة والمهام كاملة التي تتطلب مهارات التحليلية.

ب. المهارات الفكرية و المعرفية و التحليلية:

ب1- الحصول على الفرصة لتعزيز كيفية التواصل مع الآخرين

ب2- تأثير قاعدة بيانات هو أمر مهم لاتخاذ قرارات التسويق الصوت

ج. المهارات الخاصة/ التطبيقية

ج1- اكتساب الخبرة العملية في التأثير والاستفادة من قاعدة بيانات التسويق

ج2- زيادة فهم كيفية استخدام التكنولوجيا (وتحديدا في قاعدة بيانات العملاء) لتصميم وتنفيذ استراتيجيات التسويق.

د. المهارات الإبداعية القابلة للتحويل

د1- توضيح كيفية تسويق قاعدة البيانات يمكن أن تكون متكاملة مع غيرها من العناصر الرئيسية في المزيج التسويقي (المنتج، السعر، المكان، والترويج)، وكيف أن هذا التكامل سوف تعود بالنفع على عملية التخطيط والتسويق.

نتائج التعلّم المستهدفة: طرق التعلّم والتقييم

طرق التعلّم	طرق التقييم	نتائج التعلّم المستهدفة
محاضرات, مناقشات	امتحانات, مشاريع	مخرجات التعلّم

محتويات المادة الدراسية

مخرجات التعلم	الأسبوع	المرجع	المحتوى
	إلى غاية الأسبوع الخامس		واجب

منهجية التعلم

- مناقشة.

Power point -

المشاريع والواجبات

التقييم

التاريخ	العلامة %	التقييم
	<u>30</u>	امتحان منتصف الفصل
	<u>10</u>	المشروع
	<u>10</u>	المشاركة و الحضور
	<u>50</u>	الامتحان النهائي

المراجع الرئيسية

المراجع

مقياس الدرجات (اختياري)

0-39	هـ
45-49	-د
50-54	د
54-69	+د
60-64	-ج
65-69	ج
70-73	+ج
74-76	-ب
77-80	ب
81-84	+ب
85-89	-أ
90-100	أ

ملاحظات

- ينبغي التعبير عن المخاوف أو الشكاوى بدايةً إلى المحاضر، وإذا لم يتوصل إلى حل ينبغي توجيه القضية إلى منسق المادة (في حال الأقسام المتعددة) الذي سيتولى عرضها في اجتماع ممثلي الأقسام . بعد ذلك، يتم التعامل مع المشاكل من قبل رئيس القسم من ثم العميد و في النهاية نائب الرئيس. أما الشكاوى النهائية فتعرض على لجنة لمراجعة الدرجات في الامتحان النهائي.
- للحصول على مزيد من التفاصيل حول قوانين الجامعة يرجى زيارة الموقع:

<http://www.ju.edu.jo/rules/index.htm>