



كلية الاقتصاد المنزلي
وحدة ضمان الجودة والاعتماد

جامعه المنوفية

نموذج توصيف مقرر دراسي

البرنامج الذي يتبعه المقرر: إدارة المنزل والمؤسسات.....
القسم الذي يتبعه البرنامج: اقتصاديات الأسرة العام الدراسي: 2008/2007
القسم الذي يتبعه المقرر: إدارة المنزل تاريخ إقرار التوصيف:

أ- معلومات أساسية:

اسم المقرر: اقتصاديات الأسرة
الرمز الكودي: الفرقة/ المستوى: الأولى
عدد الوحدات/ الساعات الدراسية: 2 نظري
عدد الوحدات/ الساعات الدراسية: 2 عملي و / أو تمارين
الإجمالي 100

ب- معلومات متخصصة:

- 1- أهداف المقرر Aims
1. يهدف إلى تنمية وعي الطالب بأهمية موارد الأسرة المادية والبشرية وكيفية ادارتها باسس علمية سليمة
 2. بعد الانتهاء من دراسة المادة تكون لدى الطالب مهارات عالية في كيفية التسويق الفعال.
 - 3- مساعدة الطالب على تحصيل قسط من المواد التعليمية يمكنه توظيفها في حياته العادية.

2-المخرجات التعليمية المستهدفة من تدريس المقرر:

Intended Learning Outcomes

- أ- المعرفة و الفهم
Knowledge and Understanding
1. إكسابهم المعارف الأساسية ذات الصلة باقتصاديات الاسرة
 2. دراسة نظريات العرض والطلب في الاقتصاد السلعي
 3. التعرف على بيئة السوق والتسويق الفعال
- ب- القدرات الذهنية
Intellectual skills
1. تحليل العرض والطلب على السلع التي تقيد الاسرة وتؤثر على ميزانيتها المالية.
 2. تحليل ما اذا كانت الاعلانات ذات مصدقية ام لا
- ج- المهارات المهنية
Professional Skills
1. قادر على اعداد نموذج يوضح كيفية وضع ميزانية مالية للأسرة
 2. يكتسب القدرة على عمل اعلان من خلال الانترنت ووسائل الاعلام الاخرى
- د- المهارات العامة
General Skills
1. استخدام المهارات الادارية المناسبة في هذا المجال.
 2. التفكير بطريقة منظمة تواكب التقدم العلمي

د.3. استخدام المهارات المختلفة في ربط الدراسة الاكاديمية بمشكلات المجتمع ووضع الحلول لها.

د.4. استخدام اسس الادارة في دراسات الجدوى وادارة الانتاج والتسويق والتمويل وادارة الافراد وادارة مراقبة الجودة.

3- محتوى المقرر Syllabus

عدد الساعات ع	ن	الموضوع	الأسبوع
	2	الوحدة الاولى: ما هو السوق – تعريف سلوك المستهلك – دوافع السلوك – العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك – متى يشتري المستهلك	الأول
	4	الوحدة الثانية: الولاء للمنتجات - الادراك – التعلم – الاتجاهات – الثقافة – الطبقة الاجتماعية	الثاني والثالث
	4	الوحدة الثالثة: سلوك الجماعة – الدخل – مصطلحات خاصة بالتسويق – دوافع الشراء للمجموعات السلعية	الرابع والخامس
	4	الوحدة الرابعة: قرار الشراء لدى المستهلك النهائي – مخاطر اتخاذ قرار الشراء – طبيعة السلعة وخصائصها – طبيعة وخصائص البائعين – طبيعة وخصائص الموقف الشرائي	السادس والسابع
	4	الوحدة الخامسة: خطوات اتخاذ قرار الشراء- أدوار الشراء	الثامن والتاسع
	4	الوحدة السادسة: وجه نظر عميلك – البدء في التعرف على خيال عميلك – استيعاب المنافع الاربعة – التعرف على عزم القيمة للعميل	العاشر والحادي عشر
	4	الوحدة السابعة: استيعاب سلوك العميل – ما الذي يحدث في عملية الشراء – العوامل الخارجية والداخلية المؤثرة على العميل – من هو العميل بالفعل- ماذا يعنى تقسيم السوق – كيفية العثور على قطاعات للسوق جذابة – كيفية وضع استراتيجيات لسوق مستهدفة	الثاني عشر والثالث عشر
	4	الوحدة الثامنة: اعرف منافسك – ما السبب وراء اهتمامك بما يقوم به منافسك – كيف تتوصل الى معلومات الخاصة بالمنافسين – ما الذى تقوم به عما عرفته منهم – انتاج الاعلانات المذاعة	الرابع عشر والخامس عشر

2	السادس عشر	<p>الوحدة التاسعة: الاعلان عبر الانترنت</p> <p>4- أساليب التدريس والتعلم Teaching and learning methods</p> <p>المحاضرات النظرية الحوار الحر العصف الذهني التقارير والبحوث</p>
التعليم الذاتي من خلال إعداد الطالب للأبحاث والتقارير الفردية بالاستعانة		<p>بالإنترنت</p> <p>5- أساليب التدريس والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة Teaching and Learning methods for disables</p>
<p>6.أ. هندسة الانتباه لإزالة عوامل التشتت أثناء المحاضرة - أسلوب النمذجة. 6.ب إعداد الطالبات للأبحاث والتقارير الفردية بالاستعانة بالإنترنت</p>		<p>6- أساليب التدريس والتعلم للطلاب المتميزين Tools</p>
<p>أ. الاختبار الدوري الأول لتقييم المعارف ومدي فهم الطالب لمحتوي المقرر</p>		<p>أ- الأساليب المستخدمة</p>
<p>ب. الأداء الأسبوعي لتقييم متابعة الطالب ومهارات التفكير والأداء العملي وقدرته علي المناقشة</p> <p>ج . التفاعل الصفي والاختبار الشفهي لتقييم قدرة الطالب علي التفكير ومعالجة المشكلات وإيجاد حلول خلاقية</p> <p>الأسبوعالرابع.....</p> <p>الأسبوعالثامن.....</p> <p>الأسبوعالثاني عشر.....</p>		<p>ب- التوقيت Time schedule</p>
<p>منتصف الفصل الدراسي 10 %</p> <p>الامتحان الشفوي 5 %</p> <p>أعمال فصلية 5 %</p> <p>نهاية الفصل الدراسي 80 %</p>		<p>ج- توزيع الدرجات</p>
<p>ممتاز من 90% من مجموع الدرجات فأكثر</p> <p>جيد جدا من 80 % الى اقل من 90 % من مجموع الدرجات</p> <p>جيد من 70 % الى أقل من 80% من مجموع الدرجات</p> <p>مقبول من 60% الى اقل من 70 % من مجموع الدرجات</p>		<p>د - نظام تحديد التقديرات Grading system</p>

8-List of references - قائمة الكتب الدراسية والمراجع

- أ- مذكرات Course notes
أ. نوتة محاضرات المقرر الدراسي
محاضرات خاصة من إعداد أساتذة القسم
تسلم للطالب أسبوعيا.
- ب- كتب ملزمة Required books (Text books)
طلعت اسعد عبد الحميد (2002): التسويق الفعال،
كلية التجارة - جامعة المنصورة .
- ج- كتب مقترحة Recommended books
1. أحمد جبر (1984) : التسويق، مكتبه الجلاء.
- 9- الإمكانيات المطلوبة للتدريس و التعلم
جهاز تليفزيون وفيديو لعرض أفلام تعليمية - وكذلك جهاز
(slides projector) , (overhead projector)
Power Point
الشافيات
الأفلام التعليمية

منسق المقرر (أستاذ المادة):

رئيس القسم

التاريخ / /