

ملحق رقم (1)  
مخطط مادة دراسية



1.	اسم المادة	تسويق المعلومات
2.	رقم المادة	0807766
3.	الساعات المعتمدة (نظرية، عملية)	3
	الساعات الفعلية (نظرية، عملية)	3
4.	المتطلبات السابقة/المتطلبات المتزامنة	-
5.	اسم البرنامج	علم المكتبات والمعلومات
6.	رقم البرنامج	0807
7.	اسم الجامعة	الجامعة الأردنية
8.	الكلية	العلوم التربوية
9.	القسم	علم المكتبات والمعلومات
10.	مستوى المادة	السنة الأولى
11.	العام الجامعي/ الفصل الدراسي	2023/2024 الثاني
12.	الدرجة العلمية للبرنامج	ماجستير
13.	الأقسام الأخرى المشتركة في تدريس المادة	-
14.	لغة التدريس	العربية
15.	أسلوب التدريس	✓ □ وجاهي □ مدمج □ إلكتروني كامل
16.	المنصة الإلكترونية	□ Moodle □ Microsoft Teams □ Skype □ Zoom □ Others.....
17.	تاريخ استحداث مخطط المادة الدراسية / تاريخ مراجعة مخطط المادة الدراسية	2023-2024

### 18. منشق المادة

الرجاء إدراج ما يلي: رقم المكتب، رقم الهاتف، طريقة التواصل، مواعيد التواصل، البريد الإلكتروني  
أ.د. ربحي مصطفى عليان  
رقم المكتب: 311  
الساعات المكتبة: 1:30 - 2:30 ، الأحد ، الثلاثاء ، الخميس  
رقم هاتف المكتب: 24461  
البريد الإلكتروني: rebhi1954@yahoo.com

### 19. مدرسو المادة

الرجاء إدراج ما يلي: رقم المكتب، طريقة التواصل، مواعيد التواصل، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني.  
أ.د. ربحي مصطفى عليان

### 20. وصف المادة

كما هو مذكور في الخطة الدراسية المعتمدة.  
المعلومات وأهميتها، مفهوم التسويق، أهمية تسويق المعلومات وتطوره، بيئة تسويق المعلومات وتحليلها ( البيئة الداخلية والبيئة الخارجية  
للتسويق، تسويق الخدمات في المكتبات ومراكز المعلومات). المزيج التسويقي ، تجزئة السوق المستهدفة ، استراتيجية اقتصاديات المعلومات ،  
مقياس SWOT ، تسويق خدمات المعلومات ، تسويق خدمات المعلومات عبر الانترنت ( التسويق الإلكتروني ) ، العلاقات العامة ودورها في  
تسويق المعلومات ، مشكلات تسويق خدمات المعلومات.

### 21. أهداف تدريس المادة ونتائج تعلمها

أ- الأهداف:

1. تعرف المفاهيم الأساسية للمعلومات وتسويق المعلومات.
2. التمييز بين طرق تسويق خدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات.
3. تعرف استراتيجيات تسويق المعلومات والعلاقات العامة.
4. مناقشة طرق التسويق الإلكتروني عبر الانترنت.

ب. نتائج التعلم: يتوقع من الطالب عند إنهاء المادة أن يكون قادراً على أن:

1. يميز بين المفاهيم الخاصة بالتسويق كبيئة التسويق والمزيج التسويقي

ملحق رقم (1)  
مخطط مادة دراسية



2. يميز بين طرق تسويق خدمات المعلومات التقليدية وغير التقليدية في المكتبات ومراكز المعلومات

3. يطبق استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات والعلاقات العامة

4. يوظف مهارات التسويق والتسويق الإلكتروني في مجال تسويق المعلومات.

9	8	7	6	5	4	3	2	1	نتائج تعلم البرنامج نتائج تعلم المادة
									يميز بين بعض المفاهيم الخاصة بالتسويق كبيئة التسويق والمزيج التسويقي
									يميز بين طرق تسويق خدمات المعلومات التقليدية وغير التقليدية في المكتبات ومراكز المعلومات
									يطبق استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات والعلاقات العامة
									يوظف مهارات التسويق الإلكتروني في مجال خدمات المعلومات

22. محتوى المادة الدراسية والجدول الزمني لها

الاسبوع	المحاضرة	الموضوع	نتائج التعلم المستهدفة للمادة	*أساليب التدريس (وجاهي، مدمج، إلكتروني كامل)	المنصة	متزامن/غير متزامن	*أساليب التقييم	المصادر/المراجع
1	1.1	المعلومات: قيمتها وأهميتها في المجالات المختلفة	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	1.2	//	//	//	//	//	//	//
	1.3	//	//	//	//	//	//	//
2	2.1	المفاهيم الأساسية لتسويق المعلومات	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	2.2	//	//	//	//	//	//	//
	2.3	//	//	//	//	//	//	//
3	3.1	البيئة الداخلية للتسويق	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	3.2	//	//	//	//	//	//	//
	3.3	//	//	//	//	//	//	//
4	4.1	البيئة الخارجية للتسويق	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	4.2	//	//	//	//	//	//	//
	4.3	//	//	//	//	//	//	//
5	5.1	التسويق في مؤسسات المعلومات	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	5.2	//	//	//	//	//	//	//
	5.3	//	//	//	//	//	//	//
6	6.1	تسويق خدمات المعلومات	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	6.2	//	//	//	//	//	//	//
	6.3	//	//	//	//	//	//	//
7	7.1	تجزئة السوق المستهدفة	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً

//	//	//	//	//	//	//	7.2	
//	//	//	//	//	//	//	7.3	

الاسبوع	المحاضرة	الموضوع	نتائج التعلّم المستهدفة للمادة	أساليب التدريس (وجاهي، مدمج، إلكتروني كامل)	المنصة	متزامن/غير متزامن	*أساليب التقييم	المصادر/المراجع
8	8.1	المزيج التسويقي	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	8.2	//	//	//	//	//	//	//
	8.3	//	//	//	//	//	//	//
9	9.1	//	//	//	//	//	//	//
	9.2	//	//	//	//	//	//	//
	9.3	//	//	//	//	//	//	//
10	10.1	استراتيجية تسويق المعلومات	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	10.2	//	//	//	//	//	//	//
	10.3	//	//	//	//	//	//	//
11	11.1	التسويق الإلكتروني	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	11.2	//	//	//	//	//	//	//
	11.3	//	//	//	//	//	//	//
12	12.1	اقتصاديات المعلومات	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	12.2	//	//	//	//	//	//	//
	12.3	//	//	//	//	//	//	//
13	13.1	عرض بحوث الطلبة	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	13.2	//	//	//	//	//	//	//
	13.3	//	//	//	//	//	//	//
14	14.1	مراجعة للمادة	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	14.2	//	//	//	//	//	//	//
	14.3	//	//	//	//	//	//	//

### 23. أساليب التقييم

يتم إثبات تحقق نتائج التعلم المستهدفة من خلال أساليب التقييم والمتطلبات التالية:  
المحاضرات ، المناقشات ، القراءات الجانبية ، التقارير .

المنصة	الاسبوع	نتائج التعلّم المستهدفة للمادة	الموضوع	العلامة	أسلوب التقييم
				30	امتحان نصف الفصل
				50	الامتحان النهائي
				20	الابحاث و الواجبات

### 24. متطلبات المادة

على الطالب أن يمتلك جهاز حاسوب موصول بالإنترنت، كاميرا، حساب على المنصة الإلكترونية المستخدمة.

### 25. السياسات المتبعة بالمادة

- أ- سياسة الحضور والغياب: حسب النظام المعمول به في الجامعة.  
ب- الغياب عن الامتحانات وتسليم الواجبات في الوقت المحدد: يحرم من اعادة الامتحان إلا بعدد مقبول كذلك المتأخر في تسليم الواجبات .  
ج- إجراءات السلامة والصحة  
د- الغش والخروج عن النظام الصفي : يطبق عليه النظام المعمول به في الجامعة.  
هـ- إعطاء الدرجات : 30% للامتحان الأول ، 20% الأبحاث والتقارير والمشاركة ، 50% الامتحان النهائي.  
و- الخدمات المتوفرة بالجامعة والتي تسهم في دراسة المادة: مختبر الحاسوب.

### 26. المراجع

أ- الكتب المطلوبة، والقراءات والمواد السمعية والبصرية المخصصة:

- ربحي عليان وايمان السامرائي تسويق المعلومات وخدمات المعلومات . عمان : دار الصفاء ،2015

ملحق رقم (1)  
مخطط مادة دراسية



- ب- الكتب الموصي بها، وغيرها من المواد التعليمية الورقية والإلكترونية..
- شريف شاهين : نحو استراتيجية لتسويق خدمات المكتبات والمعلومات- مجلة المكتبات والمعلومات العربية (1992) - ص 5 إلى ص 58.
- Joyce, A. and Edinger, A Marketing Library services – College and Research Libraries v.41,n.4 (July 1980) P.328
- Uorke, David . Marketing the public library – London : Library Association 1977

27. معلومات إضافية

زيارة لدار نشر للتعرف على اساليب تسويق اصداراتهم.

مدرس أو منسق المادة: -----	التوقيع: -----	التاريخ: -----
مقرر لجنة الخطة/ القسم: -----	التوقيع -----	
رئيس القسم: -----	التوقيع -----	
مقرر لجنة الخطة/ الكلية: -----	التوقيع -----	
العميد: -----	التوقيع -----	