

1.	اسم المادة	تسويق خدمات المعلومات
2.	رقم المادة	0807418
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 الثانية
11.	العام الجامعي/ الفصل الدراسي	2024/2023 الثاني
12.	الدرجة العلمية للبرنامج	بكالوريوس
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. منسق 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.  
مفهوم التسويق بشكل عام وتسويق خدمات المعلومات بشكل خاص ، أهمية تسويق خدمات المعلومات وتطوره، بيئة تسويق خدمات المعلومات وتحليلها ( البيئة الداخلية والبيئة الخارجية، تسويق الخدمات في المكتبات ومراكز المعلومات). المزيج التسويقي ، تجزئة السوق المستهدفة ، استراتيجيات تسويق خدمات المعلومات ، مقياس SWOT ، تسويق خدمات المعلومات ، تسويق خدمات المعلومات عبر الانترنت ( التسويق الالكتروني ) ، العلاقات العامة ودورها في تسويق خدمات المعلومات ، مشكلات تسويق خدمات المعلومات.

### 21. أهداف تدريس المادة ونتائج تعلمها

أ- الأهداف:

1. تعرف المفاهيم الأساسية في تسويق خدمات 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 بعض 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 الإلكتروني في مجال خدمات 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	تسويق المعلومات (مفاهيم أساسية)	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	1.2	//	//	//	//	//	//	//
	1.3	//	//	//	//	//	//	//
2	2.1	بيئة تسويق المعلومات الداخلية الخارجية	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	2.2	//	//	//	//	//	//	//
	2.3	//	//	//	//	//	//	//
3	3.1	التسويق في المؤسسات التعليمية	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	3.2	//	//	//	//	//	//	//
	3.3	//	//	//	//	//	//	//
4	4.1	التسويق في المؤسسات التعليمية	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	4.2	//	//	//	//	//	//	//
	4.3	//	//	//	//	//	//	//
5	5.1	تسويق الخدمات في المؤسسات التعليمية	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً
	5.2	//	//	//	//	//	//	//
	5.3	//	//	//	//	//	//	//
6	6.1	تسويق الخدمات في المؤسسات التعليمية	مذكورة سابقاً	وجاهي	وجاهي	//	مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً

//	//	//	//	//	//	//	6.2	
//	//	//	//	//	//	//	6.3	
مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	تسويق الخدمات في المؤسسات التعليمية	7.1	7
//	//	//	//	//	//	//	7.2	
//	//	//	//	//	//	//	7.3	

المصادر/المراجع	*أساليب التقييم	متزامن/غير متزامن	المنصة	أساليب التدريس (وجاهي، مدمج، إلكتروني كامل)	نتائج التعلم المستهدفة للمادة	الموضوع	المحاضرة	الاسبوع
مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	تجزئة السوق المستهدفة والمزيج التسويقي	8.1	8
//	//	//	//	//	//	//	8.2	
//	//	//	//	//	//	//	8.3	
مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	تجزئة السوق المستهدفة والمزيج التسويقي	9.1	9
//	//	//	//	//	//	//	9.2	
//	//	//	//	//	//	//	9.3	
مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	استراتيجية تسويق المعلومات	10.1	10
//	//	//	//	//	//	//	10.2	
//	//	//	//	//	//	//	10.3	
مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	العلاقات العامة في خدمة العملية التسويقية	11.1	11
//	//	//	//	//	//	//	11.2	
//	//	//	//	//	//	//	11.3	
مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	التسويق عبر الانترنت	12.1	12
//	//	//	//	//	//	//	12.2	
//	//	//	//	//	//	//	12.3	

مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقي	13.1	13
//	//	//	//	//	//	//	13.2	
//	//	//	//	//	//	//	13.3	
مذكورة لاحقاً	مذكورة لاحقاً	//	وجاهي	وجاهي	مذكورة سابقاً	مراجعة للمادة	14.1	14
//	//	//	//	//	//	//	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 التعلم المستهدفة للمادة	الموضوع	العلامة	أسلوب التقييم
				70	الامتحانات
				20	الابحاث و الواجبات
				10	المشاركة والحضور والغياب

### 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 بعذر مقبول كذلك المتأخر في تسليم الواجبات .  
ج- إجراءات السلامة والصحة

ملحق رقم (1)  
مخطط مادة دراسية

- د- الغش والخروج عن النظام الصفي : يطبق عليه النظام المعمول به في الجامعة.
- هـ- إعطاء الدرجات : 25% لامتحان الأول ، 25% الأبحاث والتقارير والمشاركة ، 50% الامتحان النهائي.
- و- الخدمات المتوفرة بالجامعة والتي تسهم في دراسة المادة

### 26. المراجع

- أ- الكتب المطلوبة، والقراءات والمواد السمعية والبصرية المخصصة:
- ربحي عليان وإيمان السامرائي تسويق المعلومات وخدمات المعلومات . عمان : دار الصفاء ، 2010
- 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 -----	