

## برنامج الدرجة الجامعية المتوسطة

علم المكتبات	التخصص
تسويق المعلومات	اسم المادة
020701221	رقم المادة
2	الساعات المعتمدة
2	ساعة نظري
0	ساعة عملي

## الوصف المختصر للمادة:

يتناول المقرر الموضوعات الأساسية للتسويق وتسويق المعلومات وخدماتها في المكتبات ومؤسسات المعلومات وتشمل مفهومه، أهميته وظائفه، وأساليبه، البيئة التسويقية، إستراتيجية تسويق المعلومات، الإعلان عن خدمات المعلومات، علاقة المكتبات ومراكز المعلومات بالتسويق، التسويق عبر الإنترنت..

## أهداف المادة الدراسية:

بعد دراسة هذه المادة يتوقع من الطالب أن يكون قادرًا على تحقيق الأهداف التالية:

1. تعريف الطلبة بمفهوم التسويق وتسويق المعلومات وأهميتها للمكتبات ومؤسسات المعلومات.
2. تعرف الطلبة باستراتيجيات السوق وبحوث السوق وغيرها من المفاهيم التسويقية ذات العلاقة.
3. الربط الموضوعي بين العمليات التسويقية وتأثيرها على نجاح أو فشل خدمات المعلومات.
4. التعرف الطلبة بدور الإنترنت في عملية تسويق المعلومات وخدماتها.
5. تكوين اتجاهات إيجابية لدى الطلبة نحو التسويق ودوره في مجال المكتبات والمعلومات.

## محتويات المساق:

رقم الوحدة	اسم الوحدة	المحتوى	عدد الحصص
1.	تسويق المعلومات	مفهوم التسويق مفهوم المعلومات مفهوم تسويق المعلومات أهمية تسويق المعلومات تطور مفهوم التسويق تطور مفهوم تسويق المعلومات وظائف التسويق	الاسبوع الاول والثاني
2.	بيئة تسويق المعلومات	البيئة الخارجية للتسويق البيئة الداخلية للتسويق تحليل البيئة التسويقية	من الثالث الى السادس
3.	التسويق في المؤسسات المعلوماتية	علاقة المكتبات ومراكز المعلومات بالتسويق فكرة التسويق في المكتبات ومؤسسات المعلومات المعلومات كسلعة المخاطر التي تتعرض لها المعلومات كسلعة علاقة التسويق بالمعلومات تسويق المعلومات في بيئة المكتبات صفات المكتبي الناجح في التسويق الصفات الشخصية لأخصائي التسويق	من السابع - التاسع

<p>العاشر - الثاني عشر</p>	<p>مفهوم الخدمة. المفهوم التسويقي للخدمات في المكتبات ومراكز المعلومات. أهمية التسويق لخدمات المكتبات ومراكز المعلومات. التسويق في بيئة المكتبات والمعلومات. ماذا يمكن أن نسوق في مجال المعلومات. المزيج التسويقي للخدمات. أساليب لتسويق المكتبات وخدماتها. نموذجًا Dialog .مؤسسات تسويق المعلومات</p>	<p>تسويق الخدمات في المؤسسات المعلوماتية</p>	<p>4.</p>
<p>الثالث عشر - السادس عشر</p>	<p>الانترنت والتسويق خصائص التسويق عبر الإنترنت الإعلان عبر الإنترنت الشراء الإلكتروني نصائح للشراء عبر الإنترنت معايير تقييم المواقع عبر الإنترنت مواقع مختارة للتسوق عبر الإنترنت</p>	<p>التسويق عبر الإنترنت</p>	<p>5.</p>

## الكتب و المراجع:

### الكتاب المقرر

1. ربحي مصطفى عليان وإيمان السامرائي، تسويق المعلومات /عمان/دار الصفاء،2006

### المراجع:

1. الطائي، فيصل علوان " المزيج التسويقي لخدمات المعلومات : نحو إستراتيجية لتطبيق المفاهيم التسويقية ، الحديثة في المكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات " ، مجلة المكتبات والمعلومات العربية ، م ج21 (2001).ع1
- 2.دياب، مفتاح .تسويق خدمات المكتبات والمعلومات /دراسات عربية في المكتبات والمعلومات . ( 1996- 187ص ( 168 ع2
- ، 3. سميرة، غادة " التسويق في بيئة المكتبات والمعلومات : واقع وتطورات "العربية 3000 ، م ج2 ( 2001ع.
4. جامعة القدس المفتوحة، مبادئ التسويق، عمان :الجامعة،2002
1. Weingand, Darlene E.Future driven library Marketing. Chicago, Alas, 1998
2. Weingand, Darlene E.Customer service excellence, a concise guide for Librarians. Chicago, 1997
3. Wood, Elizabeth j.Strategic marketing for Libraries: a hand book, New York, greenwood, 1998.