

برامج الدراسات العليا في اقتصاد الإلهام – منهج المقرر الدراسي

اسم المقرر الدراسي: IE 15 التسويق في الاقتصاد القائم على الإلهام

1. مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (PILOs):

عند الانتهاء من برنامج MIE، سيكون لدى الطلاب:

أ/ معرفة متعمقة بنظريات ومنهجيات اقتصاد الإلهام وارتباطها بالاقتصادات الأخرى.
ب/ العقلية والكفاءة اللزمتين لتنفيذ مشاريع تطوير مختبرات الإلهام بنجاح عبر الأفراد والمؤسسات والمجتمعات.
ج/ القدرة على استخدام نهج الاقتصاد الملهم في حل المشاكل المعقدة وتطوير الاستراتيجيات المؤسسية والمجتمعية.
د/ إتقان الأدوات التي من شأنها أن تؤدي إلى نتيجة فعالة في مجالات الاقتصاد الاجتماعي.
هـ/ القدرة على التواصل بشكل فعال لتعزيز ثقافة الاقتصاد الملهم، ونشر هذه الممارسة في المجالات العامة، من خلال التعامل مع قضايا وتحديات المجتمعات وتقديم حلول للتنمية المستدامة.
و/ تطوير قدرات الطلاب على ممارسات اقتصاد الإلهام بشكل فعال وبما يحقق لهم الأثر في مجتمعاتهم.
ز/ إجراء البحوث والتطوير على مستوى عالمي بما يتماشى مع الأولويات الاستراتيجية لاقتصاد الإلهام والتي تركز على البحث التطبيقي.

2. عدد الوحدات المقررة: ساعتين معتمدة

3. المتطلبات المسبقة: طرق المراقبة واكتشاف الفرص.

4. صفحة الويب الخاصة بالمقرر التدريبية:

5. منسق المقرر: د. محمد بوحجي (المجلس الاستشاري للبرنامج) بريد الكتروني: buhejim@gmail.com، بريد

الالكتروني:....

6. العام الدراسي:

7. الفصل الدراسي: × الأول-الثاني-الثالث

8. الكتب الدراسية:

مرجع رقم 1

Buheji, M and Ahmed, D (2017) Breaking the Shield, - Introduction to Inspiration Engineering (English) Archway Publishing –USA, ISBN- 978-1480848061.

مرجع رقم 2

Buheji, M and Ahmed, D (2019) The Defiance - A Socio-Economic Problem Solving (Edited Book), AuthorHouse, UK. ISBN: 978-1-7283-8869-4.

المراجع الورقية:

Buheji, M (2018) Book Review - The Rise to Market Leadership, International Journal of Business Administration, Vol (9)2, pp. 44-45.

Bales, Susan Nall and Franklin D. Gilliam, Jr. (2004) 'Communications for Social Good', in Patricia Patrizi, Kay Sherwood and Abby Spector (eds), Practice Matters the Improving Philanthropy Project

المراجع بالعربية

هيرفه درميناخ، و بيكوية ميشال. (2003). السكان والبيئة. (جورجيت الحداد، المترجمون) بيروت: عويدات للنشر والطباعة.

بن سبايز-بوتشر، جو باتون، و داميان كاهيل. (2012). مجتمع السوق: تاريخ، نظرية، ممارسة. (هنادي مزبودي، المترجمون) الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.

9. الموارد الأخرى المستخدمة: (التعلم الإلكتروني، الزيارات الميدانية، والدوريات، والبرمجيات وما إلى ذلك:

- أ. سيتم توفير المواد الإضافية المطلوبة طوال هذه المقرر في نسخة إلكترونية.
- ب. سيتم ترتيب الزيارات الميدانية للطلاب في الصباح او بعد الظهر، للكيانات التي تمكنت من تقديم حلول للمشاكل المعقدة، او التي لديها مشاكل تحتاج لتحليل.
- ت. دراسة حالات لكل من اقتصاد الالهام والمفاهيم المماثلة التي قادت لخلق نماذج مفضلة أثرت على الاقتصاد الاجتماعي.

10. وصف المقرر:

يركز المقرر على نوع استراتيجيات التسويق المطلوبة، إلى جانب الأساليب التي يمكن تطبيقها للتسويق كجزء من الاقتصاد القائم على الإلهام، كما يتطرق لاستخدام اليات هندسة الإلهام كجزء من استراتيجيات التسويق على المدى القصير أو الطويل. يشمل المقرر مقدمة عملية شاملة لهدف التسويق في تذليل التحديات في مشاريع الاقتصاد الاجتماعي وذلك لتحسين قدرة الطلاب على اتخاذ قرارات تسويقية ملهمة وفعالة تسهم في تحقيقهم للآثر المطلوب في مجتمعاتهم المستهدفة. وسيشمل المقرر كذلك تحسين فرص التسويق وتطوير استراتيجيات

التسويق ومراحل خطط التنفيذ في المشاريع المجتمعية والمؤسسية. سوف يتعرف الطالب من ضمن المادة على حول كيفية استخدام التسويق في رفع القدرة التنافسية مقابل الطلب وتحديد أولويات التسويق المدفوع بالإلهام.

11. مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (CILOs):

CILOs	مخطط PILOs						
	a	B	C	D	e	f	G
1. ادراك اهمية التسويق في مشاريع الاقتصاد الاجتماعي وفي اقتصاد الالهام	✓	✓				✓	
2. تقييم متى وكيف يتم وضع استراتيجية للتسويق الاقتصادي الملهم.				✓			
3. معرفة كيفية اختبار فاعلية تسويق الإلهام الاقتصادي.			✓	✓	✓		✓
4. القدرة على تطبيق مفهوم "تسويق اقتصاد الإلهام" بشكل فعال في مواقف الحياة الحقيقية.		✓		✓	✓		✓
5. تطبيق التفكير النقدي في تحليلات وتوليفات نماذج تسويق اقتصاد الإلهام وكيفية تحسين نتائجها.			✓		✓	✓	✓

12. تقييم المقرر:

نوع التقييم	الرقم	الدرجة
تدوين ملاحظات النقاش والمشاركة في الزيارات والمساهمة النشطة	1	10%
الواجبات	2	10%
دراسات حالة طلابية	2	10%
مشروع المقرر وعرضه	1	45% (*)
الامتحان التحريري النهائي	1	25%
المجموع	7	100%

(*) يرجى قراءة الملاحظات أدناه في نهاية المنهج



Inspiration Economy Academic Programs

13. تفاصيل المقرر الاسبوعية:

الشهر	التاريخ	تغطية المواضيع	CILOs	طريقة التدريس	التقييم
1	سبتمبر	مقدمة في استراتيجيات التسويق وتأثيرها على الإنجاز والتطوير والاستدامة	1,2	محاضرة/ نقاش	المشاركة النشطة
2	أكتوبر	مراجعة كيف يمكن للتسويق في اقتصاد الالهام أن يعزز استدامة المشاريع والتمويل والتعميم	1,2,3	محاضرة/ عرض طلاب و نقاش	ورقة عمل #1
3	نوفمبر	مناهج التسويق المهمة التي تركز على المجتمعات المستهدفة	2,3,4	محاضرة/نقاش / مشاريع/ دراسة حالة	#1 دراسة حالة مشروع ملهم في في المقرر.
4	ديسمبر	التسويق لاقتصاد الالهام للحفاظ على "النماذج الحية" الحالية وتطويرها	3,4,5,6	تحليل البحث التطبيقي	بحث ومشاركة نشطة
5	يناير	عروض ومناقشات حول نماذج التسويق المهمة المناسبة للمجتمعات والتحديات الاجتماعية والاقتصادية	2	محاضرة/ عرض تقديمي للطلاب/ نقاش	استمرار مشروع

يناير

الامتحان التحريري

14. ملاحظات إضافية عن المقرر.

- هذا المقرر مكثف ومدتها فصل دراسي واحد حيث يتعين على الطالب تنفيذ مشروع، لذلك ينبغي ان يكون جاهز للتقديم والمناقشة.
- يقوم اساتذة المقرر بدور الميسرين Mentors لهذه الرحلة المثيرة، لذا فالجميع ينبغي ان يساهموا بالمواد خارج الإطار وبالوسائل المتعددة التي من شأنها أن تضيف إلى جودة ونتائج هذه الرحلة التعليمية.
- ستكون هناك زيارات يتم التخطيط لها مرة او مرتين خلال المقرر، وعادة ما يعتمد توقيت هذه الزيارات وفقاً لطبيعة المنظمات التي تتم زيارتها.
- يجب دعوة خبراء اقتصاد الالهام بقدر الامكان للمشاركة في الفصل والاستفادة من خبراتهم.
- مشروع المقرر الدراسية يجب ان يكون المشروع الرئيس للطلاب كواحد من مخرجات تلك المقرر لذا ينبغي ان يكون الطالب متشجع بقوة لإنشاء مشروع يغير حياته ويلهم الآخرين.
- يجب أن يبذل الطلاب قصارى جهدهم حتى لا يفوتوا الفصل الدراسي أو الزيارات، حيث سيؤثر ذلك على مساهمتهم في المقرر، ولضمان مشاركة الطلاب في ذلك سيتم منح المعلم نسبة 10٪ من الدرجات للطلاب ما يشجعهم على المشاركة.
- التغيب او النسيان لأي واجب او امتحان نهائي مطلوب ينبغي ان يكون بعذر جاد.
- سيكون الامتحان النهائي تحريراً بمنهجية الكتاب المفتوح **Open Book**.