

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة



مخطط درس: التسويق الأخضر



من إعداد الأستاذة: لوصادي فاطمة الزهراء

السنة الجامعية: 2024/2023

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
03	1- بطاقة تعريفية للمقياس و الأستاذ
04	2- التعريف بالمقياس
05	3- محتوى المقياس
06	4- المكتسبات القبلية
07	5- الأهداف التعليمية
08	6- طريقة التقييم
09	7- أنشطة التعليم والتعلم
10	8- سيرورة العمل
10	9- المقاربة البيداغوجية
11	10- المراجع و المصادر المعتمدة

1- بطاقة تعريفية للمقياس والأستاذ

لوصادي فاطمة الزهراء	اسم الأستاذة
fatma-zohra.laoussadi@univ-dbkm.dz	البريد الإلكتروني
جامعة الجبلاي بونعامة خميس مليانة	جامعة
العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير	الميدان
العلوم التجارية	القسم
تسويق	تخصص
التسويق الأخضر	المقياس
أساسية	الوحدة
02	المعامل
06	الرصيد
حضورى+ عن بعد	نمط التكوين
ساعة و نصف محاضرة + ساعة و نصف أعمال موجهة	الحجم الساعي

2- التعريف بالمقياس

في ظل التحديات البيئية التي تواجهها المؤسسات والتي كان سببها التطور التكنولوجي واحتدام المنافسة والذي أدى بها إلى التسارع لكسب الربح دون الاهتمام بالآثار الضارة التي تخلفها على البيئة لجأت المؤسسات إلى الاهتمام بالتسويق الأخضر لكونه يتمحور حول الالتزام القوي بالمسؤولية البيئية في ممارسة الأنشطة التسويقية عن طريق تطبيق سياسات تسويقية بما ينسجم مع حماية البيئة وتحقيق الربحية، و لدوره في توجيه المستهلكين و حمايتهم من العادات الاستهلاكية الخاطئة ذات الآثار السلبية على البيئة والمجتمع. و يعتبر مقياس التسويق الأخضر من وحدات التعليم الأساسية المدرجة في عروض التكوين لنظام ل م د في شعبة العلوم التجارية و من أهم المقاييس التي يدرسها الطالب خلال السداسي الأول من المسار التعليمي (سنة 2023) تخصص تسويق ، حيث نسعى من خلال هذا المقياس التركيز على المفاهيم و العناصر المتعلقة بالتسويق الأخضر وكذا علاقته بالبيئة و المستهلك.

3- محتوى المقياس

يحتوي هذا المقياس على الأنشطة التعليمية التالية:

1- الفصل الأول: أساسيات حول التسويق الأخضر

- ◀ مفهوم التسويق الأخضر
- ◀ التطور التاريخي للتسويق الأخضر
- ◀ أبعاد و متطلبات التسويق الأخضر

2- الفصل الثاني: المزيج التسويقي الأخضر

- ◀ المزيج التسويقي الداخلي
- ◀ المزيج التسويقي الخارجي

3- الفصل الثالث: المستهلك الأخضر

- ◀ سلوك المستهلك الأخضر
- ◀ استراتيجيات التسويق الأخضر

4- الفصل الرابع: الإدارة البيئية و التسويق الأخضر

- ◀ ماهية الإدارة البيئية
- ◀ مواصفات ISO 14000 البيئية
- ◀ تجارب دولية في التسويق الأخضر

5- الأهداف التعليمية

- في نهاية هذا الدرس يكون الطالب قادراً على أن:
- ✓ يدرك معنى التسويق الأخضر و خصائصه و كذا أهميته بالنسبة للمنظمة و المستهلك.
 - ✓ يفهم أهم الأبعاد المتعلقة بالتسويق الأخضر و ما يميزها عن التسويق التقليدي.
 - ✓ القدرة على التمييز بين عناصر المزيج التسويقي الأخضر سواء كان مزيج داخلي أو مزيج خارجي وأهمية كل عنصر بالنسبة للمنظمة.
 - ✓ يحلل البيئة التسويقية و كيف تؤثر على سلوك المستهلك مع تحديد أهم الاستراتيجيات المتبعة في التسويق الأخضر و كيف يمكن للمؤسسة اختيار إستراتيجية المناسبة لها.
 - ✓ استنتاج الفروقات بين التسويق الأخضر و التسويق التقليدي.
 - ✓ قدرته في تقييم مختلف التجارب في مجال تطبيق فلسفة التسويق الأخضر سواء كانت تجارب أجنبية أو تجارب عربية.

6- طريقة التقييم

المحاضرة:

امتحان المحاضرة 50% ويشمل كل ما تم التطرق إليه في المحاضرات، يكون نهاية السداسي ويتم التقييم على 20 نقطة.

الأعمال الموجهة:

يتم تقييم علامة الأعمال الموجهة من خلال: المواضبة (الحضور/ الغياب) 05 نقاط، امتحان الأعمال الموجهة 07 نقاط، البحث 08 نقاط.

ملاحظة: يتم عمل دائرة نسبية لكيفية تقييم الأعمال الموجهة كما في المثال أدناه

التقييم المستمر: الأعمال الموجهة



الموازنة للمقياس:

تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

موازنة المقياس



7- أنشطة التعليم و التعلم

من أجل الفهم والاستيعاب الجيد لمقياس التسويق الأخضر، سنلجأ إلى الطريقة التي تساعد على إيصال المعلومات إلى الطلبة، والمتمثلة في:

◀ التعليم الحضوري:

✓ نقل المعرفة للطلاب من خلال تقديم محاضرة، والمنتظر من الطلاب تدوين أهم النقاط والملاحظات التي تمكن من فهم الدرس وتساعد على القيام بنشاطات التعلم التي تقترح خلال كل حصة.

✓ الحضور والمشاركة في الدرس من خلال الإجابة على الأسئلة التي تطرح خلال الحصة، وهذا قصد إثراء النقاش الحر والهادف مما يعمق الفهم والاستيعاب لكل الحثيات المتعلقة بالدرس.

✓ في حصة الأعمال الموجهة يتم عرض وتقديم البحوث التي توزع على الطلبة في أول حصة ويكون العمل في شكل مجموعات حيث يتم عرض ملخص بحوثهم باستخدام Data show، والهدف من ذلك هو تنمية الروح الجماعية والعمل ضمن فريق، وبالتالي تعزيز القدرات وتبادل الأفكار التي تضمن جودة العمل، كما يتم تحضير بطاقة تقنية للبحث قبل عرضه من طرف الطلبة من أجل أخذ نظرة مسبقة عن البحث والتمكن من طرح الأسئلة والمناقشة.

◀ التعليم عن بعد:

✓ يكون بالتفاعل والمشاركة من قبل الطلبة سواء في المنتدى العام أو المنتديات المخصصة لكل محور، بحيث يقوم الطلبة بطرح الأسئلة والانشغالات حول الدرس بالإضافة إلى خلق النقاش الذي من شأنه تعزيز القدرة على الفهم والاستيعاب وتطوير المعارف لدى الطلبة؛

✓ بالإضافة إلى تحميل واستخدام نسخة Web، المولدة من برنامج أوبال Opale أو النسخة الورقية Pdf، أو حزمة التصفح حزمة Scorm الخاص بكل فصل والذي يسمح بفهم وتدوين أهم النقاط المتعلقة بالدرس، وهو يشمل مجموعة من النشاطات التعليمية التي تلم بجوانب موضوع الدرس؛

✓ إنجاز التمارين الموجودة في نهاية كل محور، والتي تساعد على الفهم أكثر لما تم تعلمه خلال الدرس؛

✓ القيام بتحميل مختلف المراجع المساعدة والدخول إلى الروابط المدرجة في الدرس فهي تثري المعارف حوله.

8- سيرورة العمل

- ✓ يتم تنظيم المقياس المدرس كما يلي:
- ✓ تقديم الحصص حضوريا وأيضا عن بعد عبر منصة التعليم عن بعد، والتي تسمح عند الاقتضاء بإعادة النظر أو تعميق المفاهيم التي تم اكتسابها حضوريا. وتفعيل الجلسة بطرح تساؤلات.
- ✓ كما تسمح إستراتيجية التعليم عن بعد hybride للطلبة بالبقاء على اتصال دائم بالأستاذ وزملائهم من خلال فضاءات الاتصال التي تشجع العمل المشترك وطرح انشغالاتهم واستفساراتهم والمناقشة حول المسائل والقضايا الخاصة بالمقياس؛
- ✓ تقدم حصص الأعمال الموجهة من خلال مجموعة من البحوث يتم توزيعها على الطلبة من أجل تعزيز روح العمل الجماعي، بالإضافة إلى البطاقات التقنية عن كل بحث التي يعدها الطلبة، تتم بعدها مناقشة البحوث وحوصلة ما تم تقديمه.

8- المقاربة البيداغوجية

يتم تركز المقاربة البيداغوجية في تدريس المقياس على ثلاث ركائز أساسية وهي المعرفة، الخبرة المكتسبة، توظيف المعارف والمهارات، وتعتبر هذه الكفاءة مهمة أساسية في عملية التعلم وأساس المقاربة بالكفاءات والمطبقة في جميع المراحل التعليمية، وخاصة مرحلة التعليم الجامعي، والتي نحتاج إلى تحقيق الكفاءة فيها إلى اكتساب المعرفة وتوظيفها وإعادة تجنيدها وإدماجها في وضعيات جديدة ذات دلالة بالنسبة للمتعلم (الطالب).

✓ ففي المحاضرة يكتسب الطالب معارف ومفاهيم جديدة من خلال مجموعة المحاضرات، تدعم بمجموعة من التقييمات المختلفة، والتي تقيس مدى اكتساب الطالب المعارف المتضمنة في المحاضرة؛

✓ أما في حصة الأعمال الموجهة والتي تمثل ركيزة الخبرة المكتسبة من المعرفة وكيفية تطبيق تلك المعارف من خلال مجموعة من الأعمال الموجهة حول التسويق الأخضر، والتي تثري الدرس المقدم في المحاضرة، ومن ثمة توظيف المعارف من خلال مجموعة من المهارات في تطبيق تلك المفاهيم؛

✓ الركيزة الأخيرة وهي ركيزة الإدماج، والتي يجند فيها الطالب تلك المعارف والمهارات في وضعيات جديدة ذات دلالة، مشكلات تعليمية يسعى الطالب إلى حلها بتوظيف تلك الموارد السابقة. وتكون في الغالب في الوقفات التقييمية (التقييم الإشهادي).

ويمكن صياغة الكفاءة في المعادلة التالية:

الكفاءة = المعارف (المحاضرة) + المهارات (توظيف المعارف) الأعمال الموجهة + تجنيد المعارف (الإدماج)

9- المراجع المعتمدة

◀ الكتب

- 1- ثامر البكري; أحمد نزار النوري، التسويق الأخضر، دار اليازوري، عمان 2007.
- 2- أبو قحف عبد السالم ، مبادئ التسويق ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع الإسكندرية، 2004.
- 3- Kotlar, Philip & Armstrong, Gray. (2007) "Principles of Marketing", 12th Ed, person prentice _ hall.pp,307-316.

◀ الأطروحات

- 1- معاذ ميمون ، دور التسويق الأخضر في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة وهران 2، 2022.
- 2- ناصر بوشارب، دور التسويق الأخضر في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ،تخصص إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014.

◀ المطبوعات

- 1- خلفاوي منية، محاضرات في التسويق الأخضر، مطبوعة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة خميس مليانة، 2019.