

MARKETING MANAGEMENT

Master of Management.

Orientation show

عرض توجيهي

Dr. Magdy al-haj

Everyone Smart University

Management Department

FALL 2022

Who Am I?

DR. Magdy Ahmed Al-Haj Mahmoud
assistant's professor of Business
Administration

- ❑ Ph.D. in Business Administration, Omdurman Islamic University, Sudan. 2015
- ❑ M.Sc. in Business Administration, University of Jazeera, Sudan. 2011
- ❑ B.Sc. in Textile Engineering (Hours), University of Jazeera, Sudan 2004



Worked assistant's professor at everyone smart university, Lecturer, community College king Khalid University, and, quality assurance unite coordinator, resident engineering. Published books & Researches , Professional Training,

Who Am I?

❖ How to reach me

- **By Email at** magdy@esu.ac.ae

(please include “Marketing management” in subject line)

❖ Zoom meeting

- **Discussion Time (Monday At 8-9 PM) Every week**

The course that will be taught

Marketing management



What is Marketing Management ?

Marketing management is a composition of two terms '**Marketing**' and 'Management'. Where, the term 'marketing' is a set of actions and processes of a company associated with buying and selling of goods or services. "Management" is a function of coordinating the integrated efforts of people towards a common goal by effective utilization of available resources.

Marketing management is an organizational approach which focuses towards the accomplishment of marketing objectives of the organization such as achieving customer satisfaction, securing high sales and profit, etc.

Primary Goal of This Course

➤ This course aims to:

Marketing management is a system of integrated business activities with each other, which aims to plan, price, promote and distribute goods and services to current and prospective customers. Marketing is a human activity aimed at satisfying the desires and requirements of consumers. This course offers a complete introduction to professional marketing thought and action.

- The Course explains the concepts, policies and methods associated with marketing as well as the understanding of companies' marketing strategies at present to face increasing competition in both domestic and foreign markets in terms of marketing.
- The course analyses the process of market segmentation, targeting and the postponing of the products
- The Course explains marketing ethics and social responsibility
- Brand management
- Design and Management of Integrated Marketing Communications System and Distribution Channel Management
- In addition to analyzing consumer behavior, New-Product Development Strategy
- pricing strategies

Learning Outcomes

The course will help students to gauge understanding in marketing management

- ☐ Interpret complex marketing issues and problems using relevant theories, concepts and methods with regard to ethical conduct.
- ☐ Apply contemporary marketing theories to the demands of business and management practice.
- ☐ Find and generate information/data needed to inform problem solving in marketing using appropriate methodology.
- ☐ Analyze information/data critically and synthesize new knowledge and communicate that knowledge via engaging written and oral formats.
- ☐ Organize information and data to reveal patterns and themes, and manage teams and evidence gathering and problem solving processes.
- ☐ Conduct the process of inquiry, and respond to feedback, accounting for ethical, social and cultural (ESC) issues.

Learning Resources:

➤ **Credit Hours:**

3 credit hours.

➤ **Required Textbook:**

Textbook: Marketing Management, 15 Global Edition, Philip Kotler, Kevin lane Keller.

➤ **Essential References:**

- The main material and reference for each course will be the textbook mentioned in the course specifications. Lecture notes and slides are additional resources that are prepared by the professor.

Units of Course Contents

➤ Lecture Structure:

Module	Course Unit	No.of. Weeks	Contact Hours
1	Lecture_1_Marketing Management &Marketing Function	1 st	3
2	Lecture_2_Market Segmentation and Targeting, and Positioning	2 nd	3
3	Lecture_3_Marketing Strategy	3	3
4	Lecture_4_Marketing Ethics and Social Responsibility	4	3
5	Lecture_5_Consumer Behavior	5	3
6	Lecture_6 Branding	6	3
7	Lecture_7_New-Product Development Strategy	7	3
8	Lecture_8_Designing and Managing Integrated Marketing Communications	8	3
9	Lecture_9_Pricing Strategies	9	3
10	Lecture_10_Marketing Channels Management	10	3

Course Information

➤ **Assessment Method:**

▶ **Short Exam**

▶ **80% marks**

- ▶ Count of short Exam 10 (Weekly)
- ▶ 8 Marks for each of short Exam.

▶ **20% Final Examination**





Academic Calendar



التقويم الأكاديمي لفصل الخريف 2022-2023

بداية الفصل الدراسي

1 أكتوبر 2022

آخر موعد للاعتذار عن الفصل
الدراسي وعن مقرر

29 أكتوبر 2022

بداية الاختبارات النهائية

24 ديسمبر 2022

نهاية الاختبارات النهائية

31 ديسمبر 2022

www.esu.ac.ae



Academic Calendar



الفترة الزمنية التعليمية في الفصل الدراسي الخريف تكون
مدة ١٣ أسبوع
(منهم أسبوعين للاختبار النهائي)

Academic Calendar



مخطط الأسابيع الدراسية خريف 2022-2023

الأسبوع 1	1 أكتوبر	أسبوع توجيهي
الأسبوع 2	8 أكتوبر	محاضرة 1 اختبار قصير 1
الأسبوع 3	15 أكتوبر	محاضرة 2 اختبار قصير 2
الأسبوع 4	22 أكتوبر	محاضرة 3 اختبار قصير 3
الأسبوع 5	29 أكتوبر	محاضرة 4 اختبار قصير 4
الأسبوع 6	5 نوفمبر	محاضرة 5 اختبار قصير 5
الأسبوع 7	12 نوفمبر	محاضرة 6 اختبار قصير 6
الأسبوع 8	19 نوفمبر	محاضرة 7 اختبار قصير 7
الأسبوع 9	26 نوفمبر	محاضرة 8 اختبار قصير 8
الأسبوع 10	3 ديسمبر	محاضرة 9 اختبار قصير 9
الأسبوع 11	10 ديسمبر	محاضرة 10 اختبار قصير 10
الأسبوع 12	17 ديسمبر	حلقة نقاش
الأسبوع 13	24 ديسمبر	الإختبارات النهائية

www.esu.ac.ae





جدول محاضرات برنامج الماجستير

كلية الإدارة / تخصص الإدارة

الفصل الدراسي (خريف 2022-2023)

المحاضر	اسم المقرر	رمز المقرر	موعد حلقة النقاش
الفصل الثاني			
د. بدر القاسم	(إدارة الأعمال الدولية) International Business Management	MGM506	الأحد 09:00 - 08:00 مساءً
د. مجدي الحاج	(إدارة التسويق) Marketing Management Chain Risk	MGM612	الاثنين 09:00 - 08:00 مساءً
د. محمد حمودة	(المحاسبة المالية) Financial Accounting	MGM611	الثلاثاء 09:00 - 08:00 مساءً
د. آدم يعقوب	(الإدارة الاستراتيجية والتشغيلية) Strategic and Operational Management	MGM630	الأربعاء 09:00 - 08:00 مساءً

ملاحظة: موعد رفع جميع المحاضرات والاختبارات الأسبوعية على المنصة التعليمية Moodle هو يوم السبت من كل أسبوع.

www.esu.ac.ae



Academic Calendar

ZOOM عبر برنامج
سيتم تثبيت رابط حلقة النقاش على صفحة المقرر



Academic Calendar



الأعمال وتوزيع درجات الفصل الدراسي
خريف 2022-2023 - لمرحلتى البكالوريوس والماجستير

توزيع الدرجات - 100%	الأعمال
حضور المحاضرة - حل الأسئلة المصاحبة	محاضرة مسجلة أسبوعياً- السبت من كل أسبوع
8 درجات لكل اختبار قصير - بمجموع 80 %	اختبار قصير مصاحب للمحاضرة بشكل أسبوعي
الحضور اختياري	حلقة نقاش افتراضية أسبوعية لمناقشة محتوى المحاضرة المسجلة.
20%	الاختبار النهائي

-- اللغة الأساسية في المحاضرات هي:
اللغة الإنجليزية
-- الاختبارات باللغة الإنجليزية مع وجود
ترجمة للسؤال.

يتم احتساب الغياب من خلال حل الطالب للاختبار القصير المصاحب للمحاضرة المسجلة الأسبوعية، وإذا تغيب الطالب 4 اختبارات قصيرة يعتبر الطالب في هذه الحالة حرمان. آخر موعد للاعتذار عن أي اختبار قصير يكون قبل إغلاق موعد الاختبار مع إرفاق دلائل ثبوتيه لأي أعذار قهرية أو مرضية عبر نموذج الأعذار عن اختبار قصير عبر منصة (SIS). آخر موعد للاعتذار عن الاختبار النهائي يكون قبل موعد عقد الاختبار مع إرفاق الدلائل الثبوتية لأي عذر قهري أو طبي، عبر نموذج الاعذار عن اختبار نهائي عبر منصة (SIS). ولن يتم احتساب أي أعذار بعد نهاية الموعد.

● يحق لإدارة الجامعة مراعاة بعض الظروف القهرية.

