

Marketing Management

MGM 612

(Master in Business Administration)

Prepared by

Dr. Ayman Hassan

Orientation Lecture



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.



• دكتور / أيمن حسن

تعارف

- درجة الدكتوراة في فلسفة الإدارة العامة والسياسات ...
- ماجستير في الادارة العامة والسياسات
- ماجستير في الاقتصاد الاسلامي
- خبرة ٧ سنوات كمحاضر زائر لطلاب درجتي الماجستير والدكتوراه في العلوم الادارية والمالية والمصرفية
- وعضو مجلس كلية الدراسات العليا بالاكاديمية العربية للعلوم الادارية والمالية والمصرفية
- مدرب في العلوم الادارة المصرفية لمدة ١٥ عاما .
- خبرة في العمل المصرفي لمدة ٢٣ عاما ، و حاليا أشغل منصب " رئيس قطاع البحوث الإقتصادية والدراسات والترجمة " بأحد اكبر البنوك المصرية
- مستشار إداري لعدة شركات وهيئات
- خبرة عمل سابقة لمدة ٩ سنوات بكبرى الشركات في المملكة العربية السعودية
- مديرا للمبيعات بمجموعة الجيريسي - مديرا للتسويق بالسعودية المتحدة للاتصالات الفضائية





فَعَلًا وَعَمَلًا

PRIMARY GOALS OF THIS COURSE

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.

- 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

Upon completion of this course, students will be able to:

- 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.



COURSE CONTENT

Course Unit	No.of. Weeks
Lecture 1_Marketing Management &Marketing Function	Week 2
Lecture 2_Market Segmentation, Targeting, and Positioning	Week 3
Lecture 3_Marketing Strategy	Week 4
Lecture 4_Marketing Ethics and Social Responsibility	Week 5
Lecture 5_Consumer Behavior	Week 6
Lecture 6_Branding	Week 7
Lecture 7_New-Product Development Strategy	Week 8
Lecture 8_Designing and Managing Integrated Marketing Communications	Week 9
Lecture 9_Pricing Strategies	Week 10
Lecture 10_Marketing Channels Management	Week 11





نظام الدراسة في جامعة MIDOCEAN



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



01



Timing Of The Lectures

أوقات المحاضرات



- تعتمد أوقات المحاضرات وحلقات النقاش علي توقيت مكة المكرمة لجميع البرامج.

- مدة المحاضرة المسجلة ٧٠ - ٩٠ دقيقة ترفع علي منصة **Moodle**



- ترفع المحاضرة الأسبوعية علي المنصة التعليمية Moodle يوم السبت من كل أسبوع في تمام ال ١٢ ظهراً، بتوقيت الرياض

- حلقات النقاش وهي حلقات أسبوعية اختيارية للطالب و غرضها مناقشة ما تم طرحه في المحاضرة المسجلة لهذا الاسبوع. (يرجي مراجعة الموعد والمدة الزمنية لكل مقرر حسب الجدول)

- جدير بالذكر أن حلقات النقاش اختيارية.



- الأسبوع الأول هو أسبوع توجيهي

- يتم رفع كل ما يخص الفصل الدراسي علي صفحة المودل.

- يرفع إختبار قصير به أسئلة عامة للطلاب بسيطة ويكون الإختبار بمثابة تدريب على التوقيت وعدد الأسئلة





Quizzes and Exams

آلية التقييم والاختبارات



-- **يرفع** الاختبار القصير **إسبوعياً** في نفس موعد رفع المحاضرة يوم السبت من كل أسبوع في **تمام الساعة العاشرة مساءً** و يترك لمدة أسبوع ، ثم يغلق في يوم **السبت الذي يليه تمام الساعة التاسعة مساءً**.

-- أسئلة الاختبار القصير true & false / Matching / MCQ / أسئلة صوتية

-- تعد الإجابة علي الاختبار القصير **بمثابة الحضور للطالب**.
-- الإختبار القصير من **٨ درجة / ٨ أسئلة**. (بمجموع **٨٠ درجة**)
-- فترة السماحية للإختبار القصير **٢٤ دقيقة**.



-- الإختبار النهائي سيكون من خلال المودل .

-- أسئلة الإختبار النهائي true & false / MCQ / Matching / أسئلة صوتية

-- الإختبار النهائي من ٢٠ درجة.



-- اللغة الأساسية في المحاضرات هي اللغة الإنجليزية

-- الاختبارات باللغة الإنجليزية مع وجود ترجمة للسؤال.





كل التوفيق لكم

My Best Wishes ...
Dr. Ayman Hassan

