



توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر:	مبادئ التسويق
رمز المقرر:	MKT 210
البرنامج:	برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال
القسم العلمي:	قسم إدارة الأعمال
الكلية:	كلية العلوم و الدراسات الإنسانية برماح
المؤسسة:	جامعة المجمعة

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 4
1. الوصف العام للمقرر: 4
2. الهدف الرئيس للمقرر 4
3. مخرجات التعلم للمقرر: 4
- ج. موضوعات المقرر 4
- د. التدريس والتقييم: 5
1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 5
2. أنشطة تقييم الطلبة 6
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 6
- و - مصادر التعلم والمرافق: 6
1. قائمة مصادر التعلم: 6
2. المرافق والتجهيزات المطلوبة: 6
- ز. تقويم جودة المقرر: 7
- ح. اعتماد التوصيف 7

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3
2. نوع المقرر
أ. <input checked="" type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى
ب. <input checked="" type="checkbox"/> إجباري <input type="checkbox"/> اختياري
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: المستوى الثالث
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد
5. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية		
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني	45	
4	التعليم عن بعد	Blackboard لظروف كورونا	% 100
5	أخرى	الاختبارات في الكلية حضوريا	فصل ونهائي

7. ساعات التعلم الفعلية للمقرر (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
1	محاضرات	45
2	معمل أو إستوديو	
3	دروس إضافية	
4	أخرى (تذكر)	
الإجمالي		
ساعات التعلم الأخرى*		
1	ساعات الاستذكار	
2	الواجبات	
3	المكتبة	
4	إعداد البحوث/ المشاريع	
5	أخرى (تذكر)	
الإجمالي		

* هي مقدار الوقت المستثمر في النشاطات التي تسهم في تحقيق مخرجات التعلم للمقرر، ويشمل ذلك: جميع أنشطة التعلم، مثل: ساعات الاستذكار، إعداد المشاريع، والواجبات، والعروض، والوقت الذي يقضيه المتعلم في المكتبة

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

<p>1. الوصف العام للمقرر: يوضح المقرر مبادئ ومفاهيم وأنشطة التسويق بمنشآت الأعمال والمنظمات في كل من الاسواق المحلية والدولية. وكيف تتأثر هذه الأنشطة بالظروف والعوامل الثقافية و اجتماعية و اقتصادية و التنافسية والتكنولوجية والقانونية التي تحيط بها، ويتضمن هذا المقرر دراسة لمفهوم ومكونات التسويق وكذلك البيئة التسويقية وسلوك المستهلك النهائي وقرار الشراء لدى المستهلك النهائي ومشتري المنشآت بالإضافة الى بيان استراتيجيات تحديد السوق المرتبة. كما يتناول بالدرس مواضيع متعلقة باستراتيجيات المنظمة في ما يتعلق بالمزيج التسويقي وتحديد استراتيجيات المنتجات و استراتيجيات التسعير واستراتيجية التوزيع واستراتيجية الترويج.</p>
<p>2. الهدف الرئيس للمقرر : يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بالتسويق والبيئة التسويقية وسلوك المستهلك وقرار الشراء لدى المستهلك النهائي ومشتري المنشآت بالإضافة إلى تمكينه من فهم استراتيجيات الأنشطة التسويقية والتوزيع وتحديد السوق المرتبة واستراتيجيات المنظمة المتعلقة بالمزيج التسويقي.</p>

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	المعارف
1ع	1.1 اكتساب الطالب مبادئ و حقائق في مجال ادارة التسويق والبيئة التسويقية.
1ع- 3ع	1.2 فهم و معرفة المفاهيم و النظريات في مجالات التسويق، سلوك المستهلك، قرار الشراء لدى المستهلك النهائي ومشتري المنشآت، تجزئة السوق، استراتيجيات تحديد السوق ...
3ع	1.3 معرفة الممارسات المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية، استراتيجيات تحديد السوق واختيار استراتيجيات المنتج، التسعير، التوزيع والترويج.
	1...
	المهارات
1م	2.1 تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم و النظريات الادارية.
1م	2.2 قدرة الطالب على تطوير نفسه في المجالات الادارية.
2م	2.3 إكساب الطالب القدرة الابداعية على حل المشكلات.
	2...
	الكفاءات
1ك	3.1 القدرة على العمل ضمن فريق (التحلي بروح العمل الجماعي)
5ك	3.2 مهارات الحوار الناجح الفعال
5ك	3.3 مهارات الإلقاء، وكسر حاجز الخوف من التحدث امام الآخرين
3ك	3... تشجيع الطلاب على الاستفادة من الآخرين والتعاون معهم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	التسويق: المفاهيم، التطور والمكونات	3
2	التسويق والبيئة التسويقية	6
3	سلوك المستهلك النهائي	6
4	قرار الشراء والمستهلك النهائي	6
5	قرار الشراء ومشتري المنشآت	3
6	التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية	6
7	استراتيجيات تحديد السوق المرتبة	3
8	استراتيجية المنتجات	3
9	استراتيجية التسعير	3
10	استراتيجية التوزيع	3
11	استراتيجية الترويج	3

د. التدريس والتقييم:

1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعارف		
1.1	اكتساب الطالب مبادئ وحقائق في مجال ادارة التسويق والبيئة التسويقية.		
1.2	معرفة المفاهيم و النظريات في مجالات التسويق، سلوك المستهلك، قرار الشراء لدى المستهلك النهائي ومشتري المنشآت، تجزئة السوق، استراتيجيات تحديد السوق ...	استراتيجية المحاضرة - استراتيجيات المناقشة والحوار - استراتيجيات التعلم الذاتي - استراتيجيات التعليم الإلكتروني	اختبارات تحصيلية (شهري ونهائي، كتابية وشفوية...) - الواجبات الفردية والجماعية - أسئلة تحصيلية وتقييمية أثناء المحاضرة.
1.3	فهم ومعرفة الممارسات المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية، استراتيجيات تحديد السوق واختيار استراتيجيات المنتج، التسعير، التوزيع والترويج.	و النقاش والحوار والواجبات	
2.0	المهارات		
2.1	تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم و النظريات الادارية.	- الحث على الإلمام بمعرفة طرق تطبيق المفاهيم من خلال القراءة وتطوير	المناقشة والحوار والأسئلة الجانبية أثناء المحاضرة
2.2	قدرة الطالب على تطوير نفسه في المجالات الادارية.	المهارات من خلال عمليات العصف الذهني والتحليل	ودراج أسئلة حل المشكلات وإعطاء كوزات لأسئلة مصغرة أثناء سير المنهج
2.3	إكساب الطالب القدرة الابداعية على حل المشكلات.	- تناول مثال لشركات في المستوى المحلي صغيرة او كبيرة لإبراز دور الإدارة التسويقية وبحثها عن المستهلك الحالي والمرتبب	تطبيق الأدوات التحليلية في الواجبات
		- حلقات النقاش	
		- ترك فرصة للطالب للممارسة العملية من خلال حالات دراسية	
3.0	الكفاءات		
3.1	القدرة على العمل ضمن فريق (التحلي بروح العمل الجماعي)	اشراك الطالب في مناقشة	- متابعة تقسيم العمل مع الطلاب
3.2	مهارات الحوار الناجح الفعال	جماعية	- تقويم المناقشات الجماعية بشكل دوري
3.3	مهارات الإلقاء، وكسر حاجز الخوف من التحدث امام الآخرين	- مناقشة جماعية وحوارات	- معرفة المعوقات التي واجهت الطالب
3.4	تشجيع الطلاب على الاستفادة من الآخرين والتعاون معهم		

2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	التقارير والواجبات و المناقشات - الحضور والمشاركة	كل اسبوع	30%
2	الاختبار الشهري	الأسبوع الثامن	20%
3	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	50%
4			
5			
6			
7			
8			

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل الخ)

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

--

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال، تنوير للترجمة والنشر والتوزيع	المرجع الرئيس للمقرر
	المراجع المساندة
<ul style="list-style-type: none"> عروض الباوربوينت والمناقشات والواجبات المتاحة على نظام التعليم الإلكتروني mu.edu.sa. مواقع أعضاء هيئة التدريس المشرفين على المقرر المكتبة الرقمية السعودية 	المصادر الإلكترونية
www.marketingteacher.com	
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... الخ)	<ul style="list-style-type: none"> قاعة محاضرات تتسع لـ 30 طالب
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	Smart Board and Data Show وإستخدام Blackboard 2020
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
1. استراتيجيات الحصول على التغذية الراجعة من الطلاب بخصوص فعالية التدريس:	الطلاب	<ul style="list-style-type: none"> • استبيانات توزع على الطلاب لمعرفة آرائهم حول المقرر ومدى فاعلية أسلوب التدريس • التواصل عن طريق نظام التعليم الإلكتروني • إتاحة التواصل للطلاب عن طريق المواقع الإلكترونية لأعضاء هيئة التدريس
2. استراتيجيات أخرى لتقويم عملية التدريس من قبل الأستاذ أو القسم:	لجنة الخطط الدراسية والجداول بالقسم	<ul style="list-style-type: none"> • المراجعة الدورية للمقرر من قبل لجنة الخطط الدراسية والجداول بالقسم • تدوير المقررات المراجعة الخارجية
3. إجراءات تطوير التدريس	عضو هيئة التدريس	<ul style="list-style-type: none"> • تشجيع استخدام التقنية الحديثة في تقديم المقرر الدراسي • تشجيع عمليات التعلم الذاتي • تشجيع الطلاب على التقديم والإلقاء • تشجيع الطلاب على المناقشات الجماعية
4. إجراءات التحقق من معايير إنجاز الطالب	عضو هيئة التدريس	<ul style="list-style-type: none"> • مراجعة عينة من الإجابات من قبل لجنة متخصصة بالقسم • المراجعة الخارجية لعينة من أوراق اجابات الطلاب المراجعة والتصحيح الجماعي بالقسم

مجالات التقويم (مثل: فاعلية التدريس، فاعلة طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر، مصادر التعلم ... إلخ) المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها) طرق التقويم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	مك إدارة الأعمال
رقم الجلسة	الجلسة الرابعة
تاريخ الجلسة	21/17