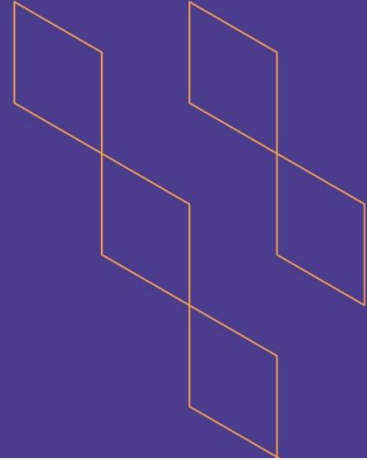




T-١٠٤

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: حالات عملية في التسويق

رمز المقرر: ٢٦٥ تسق-٢

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: ٢٠٢٢ - T-104

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠١/٢٢ هـ



المحتويات:

الصفحة	المحتوى
٣	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
٣	١. الوصف العام للمقرر
٣	٢. الهدف الرئيس للمقرر
٤	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
٤	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٥	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٥	١. قائمة المراجع ومصادر التعلم
٦	٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة
٦	و. تقويم جودة المقرر
٦	ز. اعتماد التوصيف

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي			
١. الساعات المعتمدة:		ساعتين	
٢. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	√	متطلب مسار
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الخامس	
٤. الوصف العام للمقرر: يتناول هذا المقرر حالات عملية في التسويق مرت على شركات فعلية لتنمية معارف ومهارات الطالب/ة بكيفية دراسة ومعالجة الحالات العملية في مجال التسويق (الحقيقية أو الافتراضية) وكيفية تحليل المواقف وتفسير الظواهر وتحليل المشاكل والتفكير الابتكاري لتطوير الحلول البديلة المناسبة للتغلب على المشكلات أو لأجل تحقيق أهداف محددة. ويركز المقرر على الحالات العملية في المجالات التسويقية المختلفة.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مقدمة في التسويق ١٦١ تسق- ٣			
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر: يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب/ة بكيفية دراسة ومعالجة الحالات العملية في مجال التسويق، وكيفية تحليل المواقف وتفسير الظواهر وتشخيص المشكلات التسويقية، والتفكير الابتكاري، وذلك لتطوير الحلول البديلة المناسبة للتغلب على المشكلات التسويقية، أو لأجل تحقيق أهداف تسويقية معينة، ويركز المقرر على الحالات العملية في المجالات التسويقية المختلفة لأجل تحقيق الاهداف.			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	٣٠	٪١٠٠
	المجموع	٣٠	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات		
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	٣٠	٪١٠٠
	الإجمالي	٣٠	٪١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يشرح الطالب اساليب دراسة الحالات العملية في التسويق	P-١ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يميز بين الأنواع المختلفة للحالات الدراسية وخصائصها	P-٢ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يدرس الحالات العملية في التسويق ويطبق نتائجها في حالات مشابهة	M-١م	اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مقياس سلالمة التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتحرى الدقة في جمع وتسجيل وتحليل وتبادل المعلومات التسويقية.	P-١ق	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	وظائف التسويق	٢
٢	البيئة التسويقية	٢
٣	عناصر المزيج التسويقي	٢
٤	قنوات التوزيع	٢
٥	المزيج الترويجي	٢
٦	طرق دراسة الحالات العملية	٢
٧	أسلوب تحليل الحالات العملية كمنهج علمي	٢

٢	الأنواع المختلفة للحالات الدراسية وخصائصها	٨
٢	حالة شركة ماكدونالدز	٩
٢	حالة شركة الجوارب الرياضية	١٠
١	حالة شركة الموهوب	١١
١	حالة شركة المتحدة	١٢
١	حالة الشركة الخليجية المحدودة	١٣
١	حالة شركة Nike Air Vapormax	١٤
١	حالة شركة GOODFOODS	١٥
١	حالة شركة Subaru	١٦
١	حالة شركة Youfoodz	١٧
١	حالة شركة Pottery Barn	١٨
١	حالة شركة Gerber Lil' Beanies	١٩
١	حالة متجر Society6	٢٠
٣٠	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة:

نشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره)

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	تقييم تطبيقي	الثاني	٪١٠
٢	تقييم تطبيقي	الرابع	٪١٠
٣	الاختبار الفصلي	الثامن	٪٢٠
٤	تقييم تطبيقي	التاسع	٪١٠
٥	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٪٥٠
...	المجموع		٪١٠٠

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

دراسة حالات تسويقية وإدارية (مدخل منهجي تطبيقي)، أ.د. زكريا احمد عزام و أ.د. علي فلاح الزعبي، دار الميسرة للنشر والتوزيع ٢٠١١م	المرجع الرئيس للمقرر
التسويق المعاصر (مبادئ وتوجيهات حديثة)، سناء داؤود، مكتبة الرشد ناشرون ٢٠١٩م. التسويق 4.0، فيليب كوتلر ، جبل عمان ناشرون ، ٢٠٢١م	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها) رابط المكتبة السعودية رابط مكتبة الملك فهد الوطنية/ https://www.kfnl.gov.sa رابط مكتبة الملك فهد الوطنية/ https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) مع سبورة ذكية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	معمل لأتمتة الاعمال (Business Lab) مجهز بأجهزة حاسب ومربوط بشبكة الانترنت
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	توصيلات كهربائية للاستخدام عند الضرورة

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	الاستبانات
فاعلية طرق تقييم الطلاب	اعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظير	الملاحظة المباشرة/ مراجعة النظير/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل
مصادر التعلم	اعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة التخطيط والمناهج/الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس	راي الخبراء/ الاستبانات/ ورش العمل
أخرى	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	الاستبانات/ بطاقة الملاحظة

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).



ز. اعتماد التوصيف:



جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	٠٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣
تاريخ الجلسة	١٢:٣٠ / ٠٤ / ٢٠٢٢ م

