



جامعة نجران
NAJRAN UNIVERSITY
الكلية التطبيقية



توصيف مقررات برنامج
التسويق التطبيقي



T-104
2022

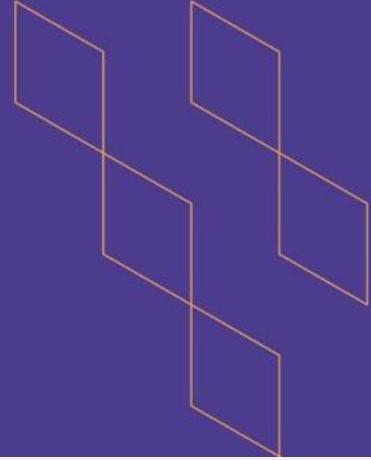
Course Specification





T-104
2022

Course Specification



Course Title: Computer Skill

Course Code: 153 CIS-2

Program: Applied Marketing

Department:

College: Applied College

Institution: Najran University

Version: **2-T-104**

Last Revision Date: 25 August 2023



Table of Contents:

Content	Page
A. General Information about the course	3
1. Teaching mode (mark all that apply)	3
2. Contact Hours (based on the academic semester)	
B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods	4
C. Course Content	4
D. Student Assessment Activities	5
E. Learning Resources and Facilities	6
1. References and Learning Resources	6
2. Required Facilities and Equipment	6
F. Assessment of Course Quality	6
G. Specification Approval Data	6



A. General information about the course:

Course Identification	
1. Credit hours:	2
2. Course type	
a.	University <input type="checkbox"/> College <input type="checkbox"/> Department <input checked="" type="checkbox"/> Track <input type="checkbox"/> Others <input type="checkbox"/>
b.	Required <input type="checkbox"/> Elective <input type="checkbox"/>
3. Level/year at which this course is offered: first level /first year ,	
4. Course general Description	
5. Pre-requirements for this course (if any): N/A	
6. Co- requirements for this course (if any): N/A	
7. Course Main Objective(s)	
Types of computers, how they process information, and the purpose and function of different hardware components, Computer equipment and common problems relating to computer hardware	

1. Teaching mode (mark all that apply)

No	Mode of Instruction	Contact Hours	Percentage
1.	Traditional classroom	30	100%
2.	E-learning		
3.	Hybrid <ul style="list-style-type: none"> Traditional classroom E-learning 		
4.	Distance learning	30	100%

2. Contact Hours (based on the academic semester)

No	Activity	Contact Hours
1.	Lectures	10
2.	Laboratory/Studio	10
3.	Field	
4.	Tutorial	
5.	Others (specify)	
	Total	20





B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods

Code	Course Learning Outcomes	Code of CLOs aligned with program	Teaching Strategies	Assessment Methods
1.0	Knowledge and understanding			
1.1	Memorize basics concepts of computer	K1=I	<ul style="list-style-type: none"> Lecture Discussion 	<ul style="list-style-type: none"> Exam Assignments Quizzes
1.2	Define different types of computer applications	K2=I		
...	Describe different types of computer software	K3=I		
2.0	Skills			
2.1	Manipulate computer applications	S1=I	<ul style="list-style-type: none"> Lecture Discussion Lab work Brainstorming 	<ul style="list-style-type: none"> Exam Assignments Quizzes Lab report
2.2	Operate MS office applications	S2=I		
...				
3.0	Values, autonomy, and responsibility			
3.1	Demonstrate projects and assignments in team work to solve computer skills problems	V1	<ul style="list-style-type: none"> Discussion Project 	<ul style="list-style-type: none"> Follow up Form Assignments Report Lab report
3.2				
...				

C. Course Content

No	List of Topics	Contact Hours
1.	Types of computers, how they process information, and the purpose and function of different hardware components	2
	Lab : hardware components	2
2.	Computer equipment and common problems relating to computer hardware	3
	Lab : Computer Equipment	2
3	General computer knowledge, including basic hardware, software, networking and troubleshooting	2
		2



	Lab: Hardware and Software	
4	Exam	2
5	Common operating system such as Microsoft windows , Mac OS X, Linux, Android , iOS , etc	2
	Lab : Windows	4
6	Common functions of application software - starting and exiting the program, creating, saving and managing files, common editing, formatting and printing functions.	2
	Lab: software application	2
7	Functions needed to operate a word processor at a basic level: <ul style="list-style-type: none"> - Modifying text and documents, and use of automatic formatting tools. - Using word-processing tools to automate processes such as document review, security, and collaboration 	4
	Lab: Microsoft Word	4
8	7 Methods for navigating and using database applications	4
	Lab : data base application , Access	4
9	Review	2
	Lab: Final Lab Exam	2
Total		45

D. Students Assessment Activities

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	First Monthly Exam	7	30%
2.	Practical exam	14	20%
3.	Final exam	16	50%
...			

*Assessment Activities (i.e., Written test, oral test, oral presentation, group project, essay, etc.)





E. Learning Resources and Facilities

1. References and Learning Resources

Essential References	Introduction to Computers (Shelley Cashman Series) , 2011, ISBN-13:978-1-4390-8131-0
Supportive References	Introduction to Computers and Information Technology (2nd Edition) 2nd Edition ISBN-13: 978-1323144183
Electronic Materials	
Other Learning Materials	

2. Required Facilities and equipment

Items	Resources
facilities (Classrooms, laboratories, exhibition rooms, simulation rooms, etc.)	Classrooms, labs
Technology equipment (projector, smart board, software)	data show, software MS-office
Other equipment (depending on the nature of the specialty)	

F. Assessment of Course Quality

Assessment Areas/Issues	Assessor	Assessment Methods
Effectiveness of teaching	<i>Teaching strategy, staff performance, assessment methods</i>	<i>Questioners</i>
Effectiveness of students assessment	<i>Exam paper , course results</i>	Cross checking
Quality of learning resources		
The extent to which CLOs have been achieved		
Other		

Assessor (Students, Faculty, Program Leaders, Peer Reviewer, Others (specify))

Assessment Methods (Direct, Indirect)

G. Specification Approval Data

COUNCIL /COMMITTEE	ADMINISTRATIVE SCIENCE DEPT.
REFERENCE NO.	14430903 - 0099 - 00007
DATE	2022 / 04 / 04 12:30 PM

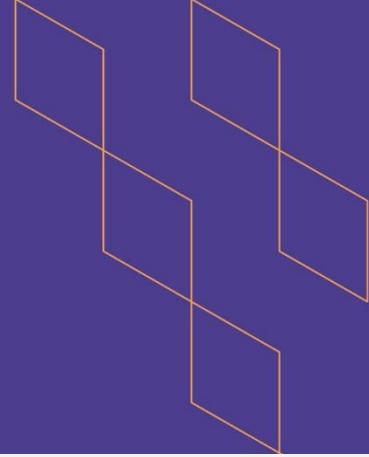




T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: مبادئ إدارة الأعمال

رمز المقرر: ١٥٣ دار-٣

البرنامج: إدارة أعمال

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥-١-٥ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات	
٢. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري		
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الأولى - المستوى الأول	
٤. الوصف العام للمقرر: يتناول هذا المقرر مفهوم وأهمية الإدارة ومجالات الإدارة وعناصر العملية الإدارية. ومفهوم التخطيط وفوائده وعناصر التخطيط وأنواعه وخطوات التخطيط ومعوقاته وعملية اتخاذ القرارات. ومفهوم التنظيم وأنواعه ومبادئ التنظيم الإداري والهيكل والخرائط التنظيمية والدليل التنظيمي. مفهوم التنسيق وشمولية وظيفة التنسيق وعوائق التنسيق وأهم الوسائل المستخدمة في التنسيق وخصائص التنسيق الفعال. ومفهوم الرقابة وفوائد الرقابة وخطوات الرقابة الإدارية وأنواع الرقابة وخصائص الرقابة الفعالة. وكيفية تطوير إدارة الأفراد والتنظيم في إدارة الأفراد وظائف إدارة الأفراد. ومراحل تطور الفكر التسويقي بالإضافة لتدريب تطبيقي على كيفية القيادة الفعالة (تمثيل أدوار) وعقد جلسات عصف ذهني لتقديم أفكار ابتكارية وإبداعية حول الموضوعات الحديثة في الإدارة			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد			
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر: يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب بالوظائف الادارية ووظائف المنظمة، - تفصيل عناصر العملية الادارية (التخطيط - اتخاذ القرار - التنظيم الاداري - السلطة والمسئولية - القيادة الادارية - الدافعية والتحفيز - الاتصال والرقابة الادارية) بالإضافة الى - تفصيل وظائف المنشأة (ادارة الموارد البشرية - ادارة التسويق - ادارة الانتاج - الادارة المالية ونظم المعلومات الادارية			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	٤٥	٪١٠٠
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٥	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى		
	الإجمالي	٤٥	٪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	يعرف المفاهيم الأساسية لإدارة الأعمال	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يشرح وظائف الإدارة ووظائف المنظمة			
...				
2.0	المهارات			
2.1	يحلل الوضع القائم للمنشأة ويعد خطط استراتيجية وتشغيلية	P	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 سلام التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العملية ▪ التقييم القائم على المناقشات
2.2	يطبق مناهج اتخاذ القرارات في حل المشكلات وتحقيق الأهداف			<ul style="list-style-type: none"> ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
...				
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل بشكل فعال ضمن فريق عمل جماعي، بإرشاد أو باستقلالية.		الانشطة الجماعية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ بطاقات الملاحظة
3.2				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مفهوم الإدارة وأهميتها والمستويات الإدارية المختلفة لها	٦
٢	تطور الفكر الإداري	٦
٣	التخطيط: مفهوم التخطيط، — مبادئ التخطيط - مراحل التخطيط - الصعوبات التي تواجه التخطيط. اتخاذ القرارات الإدارية: مفهوم عملية اتخاذ القرار - أنواع القرارات الإدارية - خطوات اتخاذ القرار، الصعوبات التي تعترض عملية اتخاذ القرار	٦
٤	التنظيم الإداري: مفهوم التنظيم - تعريف التنظيم - الفرق بين التنظيم الرسمي وغير الرسمي - أهداف التنظيم، مبادئ التنظيم، الخريطة التنظيمية والهيكل التنظيمي.	٦
٥	التوجيه: مفهوم التوجيه - مبادئ التوجيه - مفهوم القيادة الإدارية - نظريات القيادة، - أنواع القيادة والعوامل المؤثرة على السلوك القيادي - الدافعية والتحفيز - مفهوم الدافعية والتحفيز - أهداف التحفيز، نظريات الدافعية - أنواع الحوافز الاتصال الإداري.	٦
٦	الرقابة الإدارية: مفهوم الرقابة - أهداف ومراحل الرقابة -علاقة الرقابة بالوظائف الإدارية، - أساليب ومجالات استخدام الرقابة.	٣
٧	وظائف المنشأة، إدارة الموارد البشرية - مفهوم إدارة الموارد البشرية - وظائف إدارة الموارد البشرية.	٣
٨	ادارة التسويق: مفهوم التسويق - عناصر المزيج التسويقي - عناصر المزيج الترويجي	٣
٩	إدارة الإنتاج والعمليات: مفهوم إدارة الإنتاج والعمليات - تخطيط الإنتاج والعمليات الإنتاجية - ضبط جودة المنتج - الإدارة المالية، - مفهوم الإدارة المالية - التخطيط والرقابة المالية.	٣
١٠	نظم المعلومات الإدارية: مفهوم نظم المعلومات - أهمية نظم المعلومات - البيانات والمعلومات	٣
	المجموع	٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الفصلي الاول	خلال الفصل الدراسي	٣٠ درجة تمثل ٣٠٪
٢	تقييم فصلي	خلال الفصل الدراسي	٢٠٪ درجة تمثل ٢٠٪
٣	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠٪ درجة تمثل ٥٠٪

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	احمد بن عبد الرحمن الشميمري وآخرون مبادئ ادارة الاعمال، الاساسيات والاتجاهات الحديثة مكتبة العبيكان. الرياض. المملكة العربية السعودية ٢٠١٩م
المراجع المساندة	١- محمد مصطفى الخشروم، نبيل محمد مرسي، ادارة الاعمال المبادئ والمهارات و الوظائف، مكتبة الشقري، الرياض الطبعة الثانية. ٢- احمد سيد مصطفى، المدير وتحديات العولمة، الطبعة الاولى القاهرة، دار النهضة العربية ٢٠٠١م ٣- د. شوقي حسين عبد الله، أصول الادارة، ٢٠١٠م ٤- د. زكي محمد هاشم، أساسيات الادارة، ٢٠١٠م . ابراهيم عبد الله المنيف، استراتيجية الادارة اليابانية، مكتبة العبيكان ١٩٩٨م
المصادر الإلكترونية	المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها)
أخرى	مواقع تعليمية أخرى مثل موقع اليوتيوب

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) تسع لنحو ٢٥-٣٠ طالب، 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:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
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	الاستبانات/ بطاقة الملاحظة
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة التخطيط والمناهج/الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس	ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات
أخرى		

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

ز. اعتماد التوصيف:



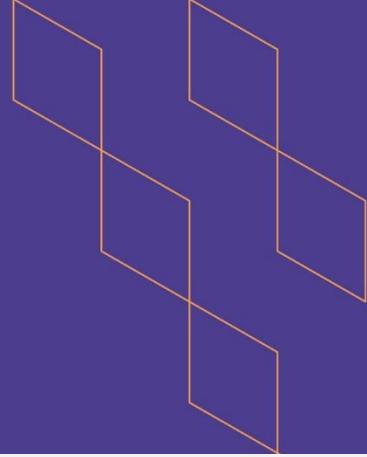
جهة الاعتماد	مجلس القسم
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	١٢:٣٠ / ٠٤ / ٢٠٢٢م



T-١٠٤

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: مبادي المحاسبة

رمز المقرر: ١٥٤ حسب-٣

البرنامج: إدارة الأعمال

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 2022

تاريخ آخر مراجعة: ١١-٢-١٤٤٥هـ





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
٥	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:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	١	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	١		
٣. السنة الأولى / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		الثالث		
١. الوصف العام للمقرر:				
يتناول هذا المقرر الإطار النظري للمحاسبة المالية والمصطلحات المحاسبية، وتحليل وتسجيل العمليات المالية في الدفاتر المحاسبية وإعداد ميزان المراجعة والقوائم المالية في المنشآت الخدمية والتجارية				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر يهدف المقرر الي إكساب الطلاب المفاهيم الأساسية في المحاسبة المالية وأهدافها وعناصر النظام المحاسبي وميزان المراجعة والقوائم المالية للمنشآت الاقتصادية، كما يهدف إلى تمكين الطلاب من تسجيل العمليات المالية في الدفاتر المحاسبية وإعداد ميزان المراجعة والقوائم المالية للمنشآت الخدمية والتجارية				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	٤٥	٪١٠٠
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣ * ١٥ = ٤٥	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى		
	الإجمالي	٤٥	٪١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والقيم			
1.1	يذكر مفاهيم المحاسبة المالية وأهدافها وخصائص المعلومات المحاسبية والفروض والمبادئ المحاسبية	P	- المحاضرة - الواجبات	الاختبار الفصلي والنهائي والواجبات والمشاركات
1.2	يحدد عناصر النظام المحاسبي وميزان المراجعة والقوائم المالية للمنشآت الاقتصادية.	P	- المحاضرة - العصف الذهني	الاختبار الفصلي والنهائي والواجبات والمشاركات
...				
2.0	المهارات			
2.1	يسجل العمليات المالية في الدفاتر المحاسبية.	M	- المحاضرة والواجبات - التطبيق في معمل الأعمال	الاختبار الفصلي والنهائي والواجبات والتطبيقات والمشاركات
2.2	يعد ميزان المراجعة والقوائم المالية للمنشآت الخدمية والتجارية.	M	- المحاضرة والواجبات - التطبيق في معمل الأعمال	الاختبار الفصلي والنهائي والواجبات والتطبيقات والمشاركات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يلتزم بأخلاقيات مهنة المحاسبة، ومسؤولياتها، وقواعد الممارسة المهنية.	P	- المناقشات - الواجبات الجماعية	الملاحظة على أداء الواجبات الجماعية
3.2				
3.3..	يعمل بشكل فعال ضمن فريق عمل جماعي، بإرشاد أو باستقلالية	P	- المناقشات - الواجبات الجماعية	- الحوار والمناقشة - الملاحظة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة في الإطار النظري للمحاسبة (مفهوم المحاسبة وأهدافها، فروع علم المحاسبة، خصائص المعلومات المحاسبية والمفاهيم والمبادئ المحاسبية)	٣
٢	معادلة المحاسبة وتحليل العمليات المالية	٣
٣	تسجيل العمليات المالية في دفتر اليومية والتحويل الى دفتر الأستاذ والترصيد وإعداد ميزان المراجعة	٩
٤	إعداد القوائم المالية في المنشآت الخدمية	٦
٥	المحاسبة في المنشآت التجارية (عمليات البضاعة)	٦
٦	إعداد القوائم المالية في المنشآت التجارية	٣
٧	تدريبات تطبيقية على معادلة المحاسبة وتحليل العمليات المالية	٣
٨	تدريبات تطبيقية على تسجيل العمليات المالية في دفتر اليومية والتحويل الى دفتر الأستاذ والترصيد وإعداد ميزان المراجعة)	٣

٩	تدريبات تطبيقية على إعداد القوائم المالية في المنشآت الخدمية	٣
١٠	تدريبات تطبيقية على المحاسبة في المنشآت التجارية (عمليات البضاعة)	٣
١١	تدريبات تطبيقية على إعداد القوائم المالية في المنشآت التجارية	٣
المجموع		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	اختبار فصلي أول	٦ - ٧	٣٠٪
٢	اختبار تطبيقي	١٠ - ١١	٢٠٪
٣	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي	٥٠٪
...			

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

مجبور جابر محمود النمري، أسس المحاسبة، جامعة الملك عبد العزيز، الطبعة الأولى، ٢٠١٤ م	المرجع الرئيس للمقرر
وابل بن علي الوابل، أسس المحاسبة، دار وابل للنشر، ٢٠١٦ م دار وابل للنشر، ٢٠١٦ م	المراجع المساندة
أحمد هاشم، مبادئ المحاسبة المالية، مكتبة المتنبى، الطبعة الأولى ٢٠١٦ م	
www.rsscra.info ملتقى البحث العلمي	المصادر الإلكترونية
Http://lib.nu.edu.sa/DigitalLibrary الرابط المكتبة الرقمية للجامعة	
البلاك بورد	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ ٣٥ طالباً
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض بيانات
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	نظام محاسبي إلكتروني لتدريب الطلاب على إدخال البيانات ومعالجتها واستخراج التقارير.

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر	وكيل الكلية للشؤون التعليمية + رئيس القسم + منسق البرنامج	فاعلية التدريس
مباشر	الطلاب	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر	قيادات البرنامج	مصادر التعلم
مباشر	اعضاء هيئة التدريس + الطلاب	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:



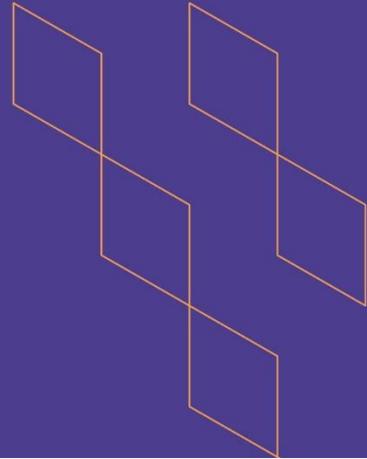
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠ : ١٢م



T-١٠٤

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: مقدمة في التسويق

رمز المقرر: ١٦١ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104-2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/١/٩ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات		
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 الأولى/ المستوى الثاني		
٤. الوصف العام للمقرر				
<p>يتضمن التعريف بالمفهوم الحديث للتسويق وأبعاده من خلال دراسة وظائفه ومجالاته ودراسة البيئة التسويقية وسلوك المستهلك، وعلى الطالب الامام بالتالي: المفاهيم التسويقية وعلاقتها بوظائف المنظمة، التعرف على أنواع السلع والأسواق واستراتيجيات ادارتها، تطبيق الوظائف الادارية على عناصر المزيج التسويقي واكتساب المهارات في التعامل مع عناصر البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة. بالإضافة الي دراسة حالات تسويقية لأنشطة التسويق وتطبيقات عملية لمهارات التسويق وتطبيقاته.</p>				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)				
لا يوجد				
٦. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت)				
لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر:				
<p>اكتساب المعارف الازمة حول المفاهيم الأساسية المرتبطة بالمزيج التسويقي للممارسات التسويقية في العمل المستقبلي للطالب، حيث يتناول هذا المقرر المعارف المتعلقة بوظائف التسويق وأنشطته في سياق عمل المنظمات والبيئة التسويقية المحيطة بهذه العملية وتجزئة السوق وسلوك المستهلك (النهائي والصناعي) الشرائي، كما يتناول المعارف الضرورية المتعلقة بالمزيج التسويقي وعناصره الرئيسية.</p>				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	٣٠	٪٦٧
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٥	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)		
	الإجمالي	٤٥	٪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	يعرف المفاهيم والمبادئ العامة لعلم التسويق الحديث	ع-١	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يصف التطورات في علم التسويق الحديث ومدى تأثيرها على المستهلكين والمنتجين	ع-٢	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3	يوضح مصطلحات علم التسويق ومكونات العملية التسويقية واستراتيجيات التسويق	ع-٣	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يطبق المبادئ التسويقية في الواقع العملي	م-١	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 سلام التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
2.2	يحلل سلوك المستهلك للاستفادة من تحقيق رغبات وذوق المستهلك	م-٢		
...	يفارن بين عناصر التسويق المختلفة	م-٣		
...				
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	ينجز العمل مع ومن خلال الآخرين	ق-٢	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2			التعليم التعاوني	
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة عن علم التسويق والتسويق الاحترافي	٣
٢	مراحل تطور علم التسويق	٢
٣	البيئة التسويقية	٢
٤	سلوك المستهلك	٣
٥	تجزئة وتقسيم السوق	٢
٦	بحوث التسويق	٣
٧	السياسات والقرارات الخاصة بالمنتجات	٢
٨	تطوير المنتجات الجديدة	٣
٩	سياسات التسعير	٢
١٠	ادارة التوزيع المادي	٢
١١	ادارة الترويج والمزيج الترويجي	٣
١٢	التجارة الالكترونية	٣
المجموع		٣٠
١٣	دراسة حالة للبيئة التسويقية المحيطة بالمنظمات لمعرفة المشاكل والتحديات التي تواجهها	٣
١٤	عمل بور بوينت يوضح السلوك الشرائي للمستهلك وعلاقته بعناصر المزيج التسويقي	٣
١٥	تدريب تطبيقي لكيفية عمل الإعلانات الترويجية	٢
١٦	عمل ورشات عمل لدراسة التسويق الالكتروني	٣
١٧	تدريب تطبيقي للمقارنة والتحليل بين عناصر المزيج التسويقي والمزيج الترويجي	٢
١٨	ورقة عمل توضح مدى تأثير نظم المعلومات التسويقية على اتخاذ القرار التسويقي	٢
المجموع		١٥
المجموع الكلي		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	أولاً: الاختبار الفصلي الاول	8	30 درجة تمثل 30%
٢	ثانياً: تطبيقات عملية	16	20 درجة تمثل 20%
٣	ثالثاً: الاختبار النهائي	نهاية الفصل	50 درجة تمثل 50%

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

مبادئ التسويق الحديث، د/ زكريا أحمد عزام – د/ عبد الباسط حسونة – د/ مصطفى سعيد الشيخ - ٢٠٢٠م	المرجع الرئيس للمقرر
Concept of Marketing by Philip Cotler	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة أل CD أو الفيديو أو غيرها)	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

و. تقويم جودة المقرر:

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

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



ز. اعتماد التوصيف:



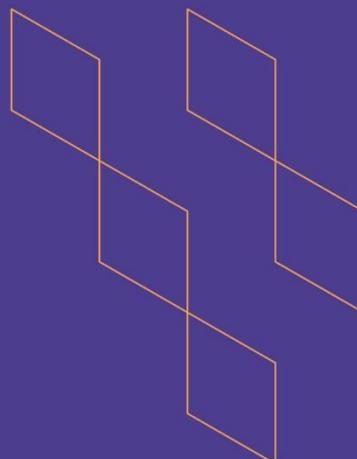
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	٠٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣
تاريخ الجلسة	١٢:٣٠ / ٠٤ / ٢٠٢٢ م





T-104
2022

Course Specification



Course Title: Reading and Writing 1
Course Code: 192 ENG-2
Program: Diploma
Department: Administrative Sciences & Computer Sciences
College: Applied College
Institution: Najran University
Version: 2- T 104 - 2022
Last Revision Date: 2/1/1445H



Table of Contents:

Content	Page
A. General Information about the course	3
1. Teaching mode (mark all that apply)	3
2. Contact Hours (based on the academic semester)	3
B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods	4
C. Course Content	4
D. Student Assessment Activities	5
E. Learning Resources and Facilities	5
1. References and Learning Resources	5
2. Facilities and Equipment	6
F. Assessment of Course Quality	6
G. Specification Approval Data	6





A. General information about the course:

Course Identification	
1. Credit hours:	2
2. Course type	
a.	University <input type="checkbox"/> College <input checked="" type="checkbox"/> Department <input type="checkbox"/> Track <input type="checkbox"/> Others <input type="checkbox"/>
b.	Required <input checked="" type="checkbox"/> Elective <input type="checkbox"/>
3. Level/year at which this course is offered: First Semester	
4. Course general Description This course develops the students' basic reading skills strategies such as scanning, skimming, building vocabulary, identifying main ideas and details, summarizing and reading comprehension of different types of texts. Besides, the course introduces writing simple sentences, recognizing parts of speech, compound sentences, and punctuation.	
5. Pre-requirements for this course (if any): None	
6. Co- requirements for this course (if any): None	
7. Course Main Objective(s) The course is intended to promote and enhance students' communicative skills in order to succeed in academic domains.	

1. Teaching mode (mark all that apply)

No	Mode of Instruction	Contact Hours	Percentage
1.	Traditional classroom	2 per week	100
2.	E-learning		
3.	Hybrid <ul style="list-style-type: none"> • Traditional classroom • E-learning 		
4.	Distance learning		

2. Contact Hours (based on the academic semester)

No	Activity	Contact Hours
1.	Lectures 2*15	30
2.	Laboratory/Studio	
3.	Field	
4.	Tutorial	
5.	Others (specify): midterm and final tests	5
	Total	35





B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods

Code	Course Learning Outcomes	Code of CLOs aligned with program	Teaching Strategies	Assessment Methods
1.0	Knowledge and understanding			
1.1	Recognizing vocabulary related to cities, Internet shopping, families and health	I	Explanation discussions lecture	Midterm, Final tests
1.2	Indicating main ideas and details in written texts		discussions, pre/post reading activities	Tasks
...				
2.0	Skills			
2.1	Discussing open ended questions	I	Discussion, Task-based activities	Tasks
2.2	Producing correct statements and paragraphs		Discussion, Task-based activities	Midterm, Final tests
...				
3.0	Values, autonomy, and responsibility			
3.1	Participating in team to orally express thoughts and ideas about a text		Tutorial pair/group work	Group/ pair work
3.2				
...				

C. Course Content

No	List of Topics	Contact Hours
1.	Chapter one- Neighborhoods, Cities and Towns: Monster Cities	2
2.	My Neighborhood in the United States	2
3.	Maps, vocabulary and Writing Skills	2
4.	Chapter Two- Shopping and e-commerce- Internet Shopping	2
5.	Predicting the Future of Shopping	2



6	Vocabulary Practice and Writing Skills	2
7	Chapter Three: Friends and Families- Changing Families	2
8	Our Family Reunion Adventures in a New Country	2
9	Vocabulary and Writing Practice	2
10	Chapter Four: Health Care- Health News for Body and Mind	2
11	Are You Healthy? – Going to the Doctor	2
12	Vocabulary and Writing Practice	2
13	Chapter Five: Men and Women- Men's Talk and Women's Talk in the United States	2
14	He Said/She Said: A U.S. Couple	2
15	Vocabulary and Writing Skills	2
Total		30

D. Students Assessment Activities

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	Midterm test 1	8	30
2.	Midterm test 2	16	20
3.	Final test	Term End	50
	Total		100

*Assessment Activities (i.e., Written test, oral test, oral presentation, group project, essay, etc.)

E. Learning Resources and Facilities

1. References and Learning Resources

Essential References	Hartmann, P., Mentel, J., and Motala, A. interactions access- Reading and Writing
Supportive References	www. How to Improve your English
Electronic Materials	www.almaany .com
Other Learning Materials	www.nu.edu.sa



2. Required Facilities and equipment

Items	Resources
facilities (Classrooms, laboratories, exhibition rooms, simulation rooms, etc.)	Lecture room of 25 students
Technology equipment (projector, smart board, software)	Smart Board / PowerPoint files/ CDs/ Data Show
Other equipment (Depending on the nature of the specialty)	NU site

F. Assessment of Course Quality

Assessment Areas/Issues	Assessor	Assessment Methods
Effectiveness of teaching	Peer reviewer / Quality unit Program Leaders	Direct + indirect
Effectiveness of students assessment	Students	Questionnaires
Quality of learning resources	Program Leaders	
The extent to which CLOs have been achieved	Course Instructors	
Other		

Assessor (Students, Faculty, Program Leaders, Peer Reviewer, Others (specify))

Assessment Methods (Direct, Indirect)

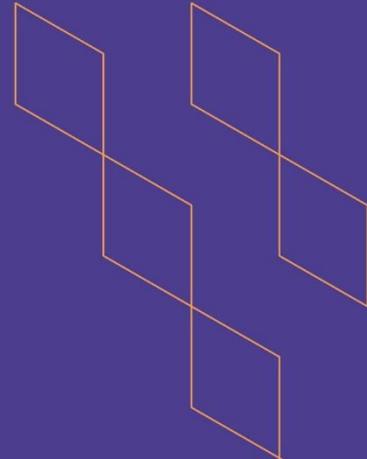
G. Specification Approval Data

COUNCIL /COMMITTEE	ADMINISTRATIVE SCIENCES DEPARTMENT	
REFERENCE NO.	00007 – 0099 - 14430903	
DATE	4/4/2022	



T-104
2022

Course Specification



Course Title: Listening and Speaking 1
Course Code: 191 ENG-2
Program: Diploma
Department: Administrative Sciences & Computer Sciences
College: Applied College
Institution: Najran University
Version: 2- T 104 - 2022
Last Revision Date: 2/1/1445H



Table of Contents:

Content	Page
A. General Information about the course	3
1. Teaching mode (mark all that apply)	3
2. Contact Hours (based on the academic semester)	3
B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods	4
C. Course Content	4
D. Student Assessment Activities	5
E. Learning Resources and Facilities	5
1. References and Learning Resources	5
2. Facilities and Equipment	6
F. Assessment of Course Quality	6
G. Specification Approval Data	6



A. General information about the course:

Course Identification	
1. Credit hours:	2
2. Course type	
a.	University <input type="checkbox"/> College <input checked="" type="checkbox"/> Department <input type="checkbox"/> Track <input type="checkbox"/> Others <input type="checkbox"/>
b.	Required <input checked="" type="checkbox"/> Elective <input type="checkbox"/>
3. Level/year at which this course is offered: First Semester	
4. Course general Description	
<p>This course presents listening/speaking materials for students in order to succeed in their academic fields. It covers pre/while/post listening activities as well as speaking to develop comprehending texts with emphasis on pronunciation, intonation and predicting information. That is to say, the course introduces students to oral communication through task-based learning and activities such as discussions, pair and group work related to real life situations to improve the speaking fluency skills.</p>	
5. Pre-requirements for this course (if any): None	
6. Co- requirements for this course (if any): None	
7. Course Main Objective(s)	
<p>The course is intended to promote and enhance students' oral communicative skills in order to acquire with an acceptable level of clarity in the target language.</p>	

1. Teaching mode (mark all that apply)

No	Mode of Instruction	Contact Hours	Percentage
1.	Traditional classroom	4 per week	100
2.	E-learning		
3.	Hybrid <ul style="list-style-type: none"> • Traditional classroom • E-learning 		
4.	Distance learning		

2. Contact Hours (based on the academic semester)

No	Activity	Contact Hours
1.	Lectures 4*15	60
2.	Laboratory/Studio	
3.	Field	
4.	Tutorial	
5.	Others (specify): midterm and final tests	65
	Total	35





B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods

Code	Course Learning Outcomes	Code of CLOs aligned with program	Teaching Strategies	Assessment Methods
1.0	Knowledge and understanding			
1.1	Recognizing the new vocabulary, filling the blanks and matching definitions	I	Explanation discussions lecture	Tasks
1.2	Indicating main ideas and details as students listen to an audio recording.		discussions, pre/post reading activities	Midterm, Final tests
...				
2.0	Skills			
2.1	Discussing open ended questions	I	Discussion, Task-based activities	Tasks
2.2	Producing spoken English with an acceptable level of clarity.		Discussion, Task-based activities	Midterm, Final tests
...				
3.0	Values, autonomy, and responsibility			
3.1	Participating in team to orally express thoughts and ideas about a topic.		Tutorial pair/group work	Group/ pair work
3.2	Use the Internet to accomplish tasks			
...				

C. Course Content

No	List of Topics	Contact Hours
1.	Chapter 1- Academic life Around the World Meeting New Friends	١٢
2.	School Orientation	
3.	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
4.	Chapter 2 - Experiencing Nature Vacation Plans	12
5.	Camping	





6	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
7	Chapter 3: Living to Eat, or Eating to Live? Shopping for Food	12
8	Healthy Eating	
9	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
10	Chapter 4: In the Community In the City	12
11	Comparing Cities and Towns	
12	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
13	Chapter 5: Home Finding the right Apartment	12
14	Touring an Apartment	
15	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
Total		60

D. Students Assessment Activities

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	Midterm test 1	8	25
2.	Oral participation throughout the term		10
3.	Tasks throughout the term		15
4.	Final oral (speaking) test	15	25
5.	Final Listening written test	16 / 17	25
	Total		100

*Assessment Activities (i.e., Written test, oral test, oral presentation, group project, essay, etc.)

E. Learning Resources and Facilities

1. References and Learning Resources

Essential References	Judith Tanka & Paul Most - interactions 1- Listening and Speaking McGraw Hill – Gold Edition
Supportive References	www. How to Improve your English
Electronic Materials	www.almaany .com
Other Learning Materials	www.nu.edu.sa



2. Required Facilities and equipment

Items	Resources
facilities (Classrooms, laboratories, exhibition rooms, simulation rooms, etc.)	Lecture room of 25 students
Technology equipment (Projector, smart board, software)	Smart Board / PowerPoint files/ CDs/ Data Show
Other equipment (Depending on the nature of the specialty)	NU site

F. Assessment of Course Quality

Assessment Areas/Issues	Assessor	Assessment Methods
Effectiveness of teaching	Peer reviewer / Quality unit Program Leaders	Direct + indirect
Effectiveness of students' assessment	Students	Questionnaires
Quality of learning resources	Program Leaders	Direct
The extent to which CLOs have been achieved	Course Instructors	Direct
Other		

Assessor (Students, Faculty, Program Leaders, Peer Reviewer, Others (specify))

Assessment Methods (Direct, Indirect)

G. Specification Approval Data

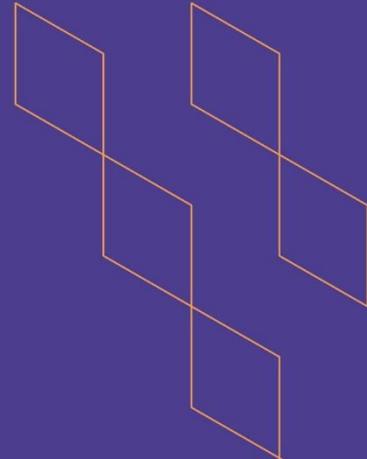
COUNCIL /COMMITTEE	ADMINISTRATIVE SCIENCES DEPARTMENT
REFERENCE NO.	00007 – 0099 - 14430903
DATE	2022 / 04 / 04 12:30م





T-104
2022

Course Specification



Course Title: Grammar 1
Course Code: 193 ENG-2
Program: Diploma
Department: Administrative Sciences & Computer Sciences
College: Applied College
Institution: Najran University
Version: 2- T 104 - 2022
Last Revision Date: 2/1/1445H



Table of Contents:

Content	Page
A. General Information about the course	3
1. Teaching mode (mark all that apply)	3
2. Contact Hours (based on the academic semester)	3
B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods	4
C. Course Content	5
D. Student Assessment Activities	5
E. Learning Resources and Facilities	5
1. References and Learning Resources	5
2. Facilities and Equipment	6
F. Assessment of Course Quality	6
G. Specification Approval Data	6



A. General information about the course:

Course Identification	
1. Credit hours:	2
2. Course type	
a.	University <input type="checkbox"/> College <input checked="" type="checkbox"/> Department <input type="checkbox"/> Track <input type="checkbox"/> Others <input type="checkbox"/>
b.	Required <input checked="" type="checkbox"/> Elective <input type="checkbox"/>
3. Level/year at which this course is offered: First Semester	
4. Course general Description This course introduces students to the basic grammatical rules related to nouns singular/ plural, verb to be, nouns and pronouns, simple/ continuous present tenses, yes/no questions, wh. questions, and count/uncountable nouns.	
5. Pre-requirements for this course (if any): None	
6. Co- requirements for this course (if any): None	
7. Course Main Objective(s) Through the study of this course, students will be able to express themselves using grammatically correct written and spoken English	

1. Teaching mode (mark all that apply)

No	Mode of Instruction	Contact Hours	Percentage
1.	Traditional classroom	2 per week	100
2.	E-learning		
3.	Hybrid <ul style="list-style-type: none"> • Traditional classroom • E-learning 		
4.	Distance learning		

2. Contact Hours (based on the academic semester)

No	Activity	Contact Hours
1.	Lectures 2*15	30
2.	Laboratory/Studio	
3.	Field	
4.	Tutorial	
5.	Others (specify): midterm and final tests	5
	Total	35





B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods

Code	Course Learning Outcomes	Code of CLOs aligned with program	Teaching Strategies	Assessment Methods
1.0	Knowledge and understanding			
1.1	Recognize nouns, pronouns, verb to be, there is, there are, negative /affirmative statements, yes/no and wh. questions.	I	Explanation discussions lecture	Tasks
1.2	Explain the simple present and continuous tenses- affirmative and negative sentences, yes/no questions, countable and uncountable nouns.		discussions, pre/post reading activities	Midterm, Final tests
...				
2.0	Skills			
2.1	Construct grammatically correct sentences of nouns, pronouns, verb to be, there is, there are, negative /affirmative statements, yes/no and wh. questions.	I	Discussion, Task-based activities	Tasks
2.2	Infer grammatical structures related to simple present and continuous tenses- affirmative and negative sentences, yes/no questions, countable and uncountable nouns		Discussion, Task-based activities	Midterm, Final tests
...				
3.0	Values, autonomy, and responsibility			
3.1	Participate in pair work as well as group work		Tutorial pair/group work	Group/ pair work
3.2	Use the Internet to accomplish tasks			
...				



C. Course Content

No	List of Topics	Contact Hours
1.	Section one- The Simple Present of To Be: Nouns Singular/ Plural, Subject Pronouns	2
2.	Subject pronoun +Simple present of to Be Negative of to be, to be + adjective Possessive, Demonstrative	2
3.	Yes/No Questions with to Be Wh. Questions with to Be, preposition	2
4.	Section Two- To Be: it, there, and the simple past- It to talk about the Weather, Time and the Date Wh. questions with prepositions of time	2
5.	Statements with There + to be Questions with There +to be The Conjunctions and, but and or	2
6.	The Simple Past of to be: affirmative and Negative Statements The Simple past of to be: questions	2
7.	Section Three: The Simple Present- The Simple Present, Adverbs of Frequency, Spelling of Final -s	2
8.	Irregular Verbs: to have, to do, to go, have/has got The Simple Present Negative	2
9.	The Simple Present Yes/No and Wh. questions	2
10.	Section Four: The Present Continuous- Affirmative/Negative Statements, Spelling of -ing ending	2
11.	Yes/No and Wh. questions Verbs not used in the Present Continuous	2
12.	Simple Present and Present Continuous	2
13.	Section Five: Nouns and Pronouns- Countable and Uncountable Nouns, a/an and the	2
14.	Generalizations, Some and Any, Measurement words Quantifying Expressions	2
15.	Whose and possessive Nouns, Genitive	2
Total		30

D. Students Assessment Activities

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	Midterm test 1	8	30
2.	Midterm test 2	16	20
3.	Final test	Term End	50
	Total		100

*Assessment Activities (i.e., Written test, oral test, oral presentation, group project, essay, etc.)





E. Learning Resources and Facilities

1. References and Learning Resources

Essential References	Milada Brouka. interactions access (Focus on Grammar) Middle East Gold Edition
Supportive References	www. How to Improve your English
Electronic Materials	www.almaany .com
Other Learning Materials	www.nu.edu.sa

2. Required Facilities and equipment

Items	Resources
facilities (Classrooms, laboratories, exhibition rooms, simulation rooms, etc.)	Lecture room of 25 students
Technology equipment (projector, smart board, software)	Smart Board / PowerPoint files/ CDs/ Data Show
Other equipment (Depending on the nature of the specialty)	NU site

F. Assessment of Course Quality

Assessment Areas/Issues	Assessor	Assessment Methods
Effectiveness of teaching	Peer reviewer / Quality unit Program Leaders	Direct + indirect
Effectiveness of students' assessment	Students	Questionnaires
Quality of learning resources	Program Leaders	Direct
The extent to which CLOs have been achieved	Course Instructors	Direct
Other		

Assessor (Students, Faculty, Program Leaders, Peer Reviewer, Others (specify))

Assessment Methods (Direct, Indirect)

G. Specification Approval Data

COUNCIL /COMMITTEE	ADMINISTRATIVE SCIENCES DEPARTMENT	
REFERENCE NO.	00007 – 0099 - 14430903	
DATE	4/4/2022	

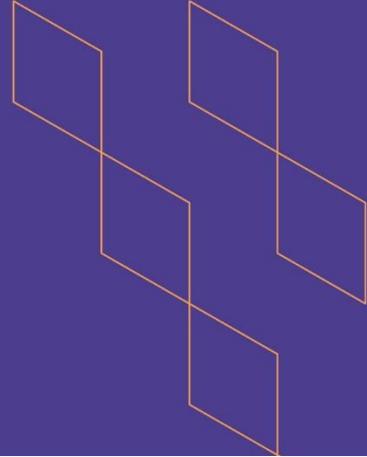




T-104

2022

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: مبادئ الاحصاء

رمز المقرر: 152كمي-2

البرنامج: دبلوم إدارة الأعمال التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: الثانية T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: 1445 / 2 / 6 هـ





المحتويات:

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



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي				
١. الساعات المعتمدة:		ساعتان أسبوعياً		
٢. نوع المقرر				
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب.	إجباري	اختياري	√	√
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الأولى والثانية المستوى الثاني والثالث		
٤. الوصف العام للمقرر مقرر مبادئ الإحصاء هو أحد المتطلبات الأساسية بقسم العلوم الإدارية برنامج إدارة الأعمال، حيث يكسب الطالب المعارف والمهارات الأساسية في مجال مبادئ الإحصاء، مثل المفاهيم الأساسية في علم الإحصاء مثل تعريف ووصف علم الإحصاء وبيان أقسامه ومراحله وخطوات البحث العلمي ومصادر جمع المعلومات وطرق جمع البيانات والعينات وطرق اختيارها. وتصنيف وتبويب البيانات، وكيفية بناء الجداول والتوزيعات التكرارية المختلفة وكيفية حساب مقاييس النزعة المركزية (الوسط الحسابي والمرجح والوسيط والنوال ومقاييس التشتت) (المدى الربيعي ونصف المدى الربيعي والانحراف المعياري والمتوسط ومعامل الاختلاف ومعرفة الارتباط والانحدار) (معامل الارتباط الخطي البسيط، قياس الارتباط - أشكال الانتشار ومعامل الارتباط سيبر مان للرتب ومعامل الاقتران ومعامل التوافق) والسلاسل الزمنية والأرقام القياسية. مع استخدام هذا العلم لمعالجة البيانات الإحصائية لتفسيرها تفسيراً يعتمد على الأرقام والوقائع.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٦. المتطلبات المتميزة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر: يهدف هذا المقرر الي اكساب الطالب المبادئ الأساسية في الإحصاء ودراسة الأساليب البيانية للظواهر والبناء الجدولي للبيانات وعرضها بيانياً ومقاييس النزعة المركزية والتشتت والارتباط والانحدار والسلاسل الزمنية والأرقام القياسية. واستخدام الإحصاء في تقدير معالم النموذج والتنبؤ ببعض القيم.				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	30 ساعة (2*15)	%100
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
	المجموع		%100

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	30 ساعة	100%
٢	معمل أو أستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى		
	الإجمالي	30	100%

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				
1.2	يصف المفاهيم الإحصائية المتعلقة بإدارة الأعمال.	M	المحاضرات - المناقشة والحوار.	الاختبارات التحريرية.
...				
2.0	المهارات			
2.1				
2.2	يطبق مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت، الارتباط والانحدار، السلاسل في تخطيط أنشطة المنظمة.		المحاضرات □ حلقات النقاش	الاختبارات التحريرية □ التمارين والتكليفات
2.3	يستخدم مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت، الارتباط والانحدار، السلاسل، في التحليل لاتخاذ القرارات.	M	المحاضرات □ المتعلم التعاوني.	الاختبارات التحريرية □ التمارين والتكليفات.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل بشكل فعال ضمن فرق عمل.		الأنشطة الجماعية	تقويم حل الواجبات □ الجماعية.
3.2				
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	<p>علم الاحصاء ويتضمن :</p> <ul style="list-style-type: none"> - البعد التاريخي في علم الاحصاء . - عصر الاحتمالات والاحصاء . - الاحصاء الحديث وشواخصه في المجال التطبيقي . - بدايات تشكيل الاحصاء الأكاديمي 	2
2	<ul style="list-style-type: none"> - المفاهيم الاساسية لعلم الاحصاء (تعريف علم الاحصاء <input type="checkbox"/> أقسامه <input type="checkbox"/> المراحل التي يمر بها علم الاحصاء - خطوات البحث العلمي) . - مصادر وطرق جمع البيانات. - التوزيعات التكرارية (تصنيف وتبويب وعرض البيانات) . 	4
3	<p>مقاييس النزعة المركزية ويتضمن :</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفهوم مقاييس النزعة . - أنواع مقاييس النزعة : -الوسط الحسابي : (الوسط الحسابي- الوسط الحسابي المرجح (الموزون) . <input type="checkbox"/> الوسيط . <input type="checkbox"/> المنوال . <input type="checkbox"/> خصائص الوسط الحسابي . الوسيط . المنوال) 	6

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
6	<p>مقاييس التشتت ويتضمن :</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفهوم مقاييس التشتت . - أنواع مقاييس التشتت . -المدى . <input type="checkbox"/> المدى الربيعي ونصف الربيعي . <input type="checkbox"/> التباين. <input type="checkbox"/> الانحراف المعياري . <input type="checkbox"/> الانحراف المتوسط . <input type="checkbox"/> معامل الاختلاف (التغير) 	4
4	<p>الارتباط والانحدار ويتضمن :</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفهوم الارتباط . - طرق قياس الارتباط (رسم شكل الانتشار <input type="checkbox"/> قياس الارتباط الكمي). - مقاييس الارتباط الكمي . <input type="checkbox"/> مفهوم الانحدار . <input type="checkbox"/> منحنى الانحدار . <input type="checkbox"/> طريقة المربعات الصغرى 	5
4	<p>السلاسل الزمنية وتتضمن :</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفهوم السلاسل الزمنية . - مركبة السلسلة الزمنية - طرق تقدير مركبة الاتجاه العام 	6

4	<p>الارقام القياسية وتتضمن :</p> <p>- مفهوم الأرقام القياسية .</p> <p>- أنواع الأرقام القياسية</p> <p>- طرق تقدير الأرقام القياسية</p>	7
30	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	أولاً: الاختبار الفصلي الأول	الأسبوع السادس	20 درجة تمثل 20%
٢	ثانياً: الاختبار الفصلي الثاني	الأسبوع الثاني عشر	20 درجة تمثل 30%
	ثالثاً: التكاليفات والواجبات والمشاركات	خلال الفصل الدراسي	10 درجة تمثل 10%
٣	رابعاً: الاختبار النهائي	نهاية الفصل	50 درجة تمثل 50%
...			

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

د. سهيل سمحان .أ. د محمود الوادي مبادئ الإحصاء للاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان، دار صفاء الطبعة الثانية، ٢٠١٤م.	المرجع الرئيس للمقرر
١- د/عدنان ماجد عبد الرحمن بري ، د/محمود محمد ابراهيم هندي (مبادئ الاحصاء والاحتمالات : الرياض ، مكتبة الشقري ، الطبعة الرابعة ١٤٢٤ هـ ٢٠٠٤ م) . ٢- ابراهيم البطاينة مبادئ الإحصاء لطلبة الادارة والاقتصاد ، عمان ، المسيرة ، ٢٠١١م . ٣- محمد حسين رشيد . الإحصاء الوصفي والتطبيقي والحيوي ، عمان ، دار صفاء ، ٢٠٠٣م	المراجع المساندة

-Introduction to Probability and Statistics :
Concepts and Principles, H. Frank (John Wiley &
& Sons, Inc
-Introduction to Probability and Statistics, □
Sheldon M. Ross, John Wiley & Sons, Inc
-Introduction to Mathematical Statistics, Robert V.
Hogg, Allen T. -Craig, Prentice-Hall International, Inc

المصادر الإلكترونية

- ١- CD للمقرر الإلكتروني لمقرر مبادئ الاحصاء .
٢- محاضرات الكترونية علي موقع الجامعة
3- شرائح عرض ومطبوعات مختلفة متاحة بصفحة المقرر بالانترنت

أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
المقرر يحتاج لقاعة واحدة فقط سعة ٣٠ طالب .	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
١- بروجكتور ٢- جهاز عرض بيانات Data Show ٣- جهاز عرض علوي بروجكتور Over Head Projector ٤- جهاز عرض شرائح شفافة Slides Projector ٥- أقلام سيورة ومساحات	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيورة الذكية، البرمجيات)
لا	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر وغير مباشر الاستبانات خلال وفي نهاية الفصل الدراسي اراء الطلاب من خلال التفاعل المباشر مع الطلاب	الطلاب <input type="checkbox"/> إدارة البرنامج	فاعلية التدريس
غير مباشر نماذج من الواجبات والتكليفات واسئلة الاختبارات واجابات الطلاب	الطلاب <input type="checkbox"/> إدارة البرنامج <input type="checkbox"/> المراجع النظير (عضو هيئة تدريس)	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر	الطلاب <input type="checkbox"/> إدارة البرنامج	مصادر التعلم
غير مباشر مخرجات التعلم وفقاً للمستوى المستهدف	الطلاب <input type="checkbox"/> إدارة البرنامج	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:



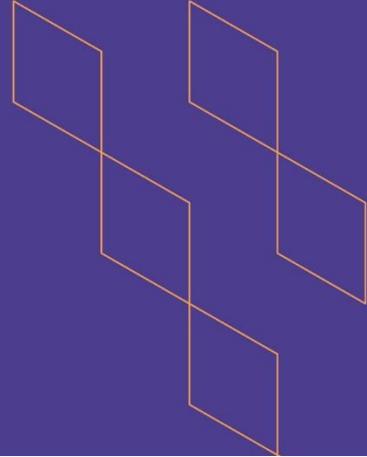
مجلس قسم العلوم الإدارية	جهة الاعتماد
00007 – 0099 - 14430903	رقم الجلسة
م 12:30 04 / 04 / 2022	تاريخ الجلسة



T-١٠٤

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: مبادئ الاقتصاد

رمز المقرر: ١٥٥ قصد ٣

البرنامج: إدارة الأعمال التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الإدارية

الكلية: الكلية التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: ٢- T-104

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠١/٦هـ





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
٥	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:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب.	إجباري	اختياري	√	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الأولى / المستوى الأول		
٤. الوصف العام للمقرر: مقرر مبادئي الاقتصاد هو أحد المتطلبات الأساسية بقسم العلوم الإدارية -برنامج ادارة الاعمال التطبيقي، حيث يصف المقرر المفاهيم والنظريات في مجال الاقتصاد لإكساب الطالب المعارف والمهارات الأساسية في ذلك مثل المفاهيم الأساسية في علم الاقتصاد، (تعريف علم الاقتصاد، والمشكلة الاقتصادية، ومعرفة المرونة وتطبيقاتها من خلال النظريات الاقتصادية المختلفة (نظرية الطلب والعرض والتوازن، نظرية سلوك المستهلك، نظرية الإنتاج) بالإضافة لأنواع الأسواق المختلفة وقرارتها الإنتاجية. يطبق نظريات الاقتصاد الجزئي في تحليل منظمات الأعمال.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر: يهدف هذا المقرر إلى: <ul style="list-style-type: none"> • اكساب الطالب مهارات معرفة المفاهيم الأساسية لعلم الاقتصاد وطبيعة المشكلة الاقتصادية ووسائل حلها. • اكساب الطالب المهارات الأساسية التي تمكنه من تحليل قوى العرض والطلب وكيفية حساب المرونة وفهم كيفية الوصول الي السعر التوازني في السوق. • تعريف الطالب بنظريات سلوك المستهلك والمنتج وتكاليف الإنتاج. • تمكين الطالب من التمييز بين أنماط الأسواق المختلفة ومعرفة كيفية تحديد المتغيرات الأساسية فيها. • اكتساب المهارات اللازمة لتطبيق المهارات الاقتصادية في الحياة العملية. 				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية و المدمج	45	%100
٢	التعليم المدمج	-	-
3	التعليم الإلكتروني	-	-
٤	التعليم عن بعد	-	-
٥	اخرى تطبيقي		%100
	المجموع		%100

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٥	100%
٢	معمل أو إستوديو	-	-
٣	دروس إضافية	-	-
٤	أخرى	-	-
٥	محاضرات	-	-
	الإجمالي	45	%100

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	يعرف المفاهيم الأساسية في علم الاقتصاد والنظم الاقتصادية ونظريات العرض والطلب والإنتاج والتكاليف والنقود والبنوك ..		المحاضرة المناقشة والحوار	الاختبارات التحريرية والشفهية والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يشرح طرق تحليل سلوك المستهلك والمنتج وأنواع التكاليف وتوازن المنشأة في ظل الأسواق المختلفة.		المحاضرة المناقشة والحوار التكليفات والواجبات	الاختبارات التحريرية والشفهية
2.2	يطبق نظريات الاقتصاد في تحليل مشكلات منظمات الأعمال.			
...				
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل بشكل فعال ضمن فريق عمل جماعي، بإرشاد أو باستقلالية.	P	الأنشطة الجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2				
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	تعريف علم الاقتصاد ومنهجيته، المفاهيم الأساسية المتعلقة بالاقتصاد، الأنظمة الاقتصادية المختلفة، المشكلة الاقتصادية، أنواع السلع/ منحني إمكانات الإنتاج	٤
٢	نظرية الطلب والعرض وتوازن السوق.	٤
٣	نظرية سلوك المستهلك (المدرسة التقليدية/ المدرسة الحديثة/ توازن المستهلك/ منحني طلب المستهلك.	٥
٤	نظرية الإنتاج: سلوك المنتج.	٣
٥	نظرية التكاليف: التكاليف في المدى القصير.	٤
٦	سلوك المؤسسات في ظل الأسواق: سوق المنافسة الكاملة، سوق المنافسة الاحتكارية.	٤
٧	النقود والبنوك والمؤسسات المالية	٦
١	سمنار لناقشة الانظمة الاقتصادية	٢
٢	ورشة عمل للتعرف على المشكة الاقتصادية	٢
٣	تطبيقات على منحني امكانية الانتاج	٢
٤	تطبيقات عملية على نظرية العرض و الطلب	٢
٥	ورشة عمل على سوق المنافسة الاحتكارية	٢
٦	سمنار لمناقشة طبيعة عمل المؤسسات المالية	٢
٥	تطبيقات عملية لنظرية التكاليف في المدى القصير	٣
٤٥	مجموع ساعات المقرر العملية	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	اولا: الاختبار الفصلي الاول	٨	٣٠ درجة تمثل ٣٠٪
٢	ثانيا: الاختبار الفصلي الثاني	١٦	٢٠ درجة تمثل ٢٠٪
٣	ثالثا : الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠ درجة تمثل ٥٠٪

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

ماجد بن عبد الله المنيف، مبادئ الاقتصاد والتحليل، جامعة الملك سعود: الرياض الطبعة الخامسة ٢٠٢١م.	المرجع الرئيس للمقرر
فريد بشير طاهر الاقتصاد الجزئي، مكتبة المتنبى النشر ٢٠١٨م خالد خليل، الاقتصاد الجزئي، دار الكتاب الحديث، الأردن، ٢٠٠٩م. محمود حسين وكاظم جاسم، الاقتصاد الجزئي - دار المسيرة. كامل القتلاوي، حسن الزبيدي، مبادئ علم الاقتصاد الكلي والجزئي، دار الكتاب الجامعي، عمان، الأردن . ٢٠١٨ إبراهيم عبد الله عبد الرؤوف، مبادئ الاقتصاد، مكتبة الرشد، ٢٠٢٠.	المراجع المساندة
وزارة الاقتصاد والتخطيط، مؤسسة النقد العربي السعودي، المجالات الاقتصادية، (Fortune Magazine، Entrepreneur، Business Week ، Financial Times، Forbs)	المصادر الإلكترونية
البرامج المعتمدة على الحاسب الآلي/الأسطوانات المدمجة، والمعايير المهنية أو اللوائح التنظيمية والبرمجيات.	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
القاعات الدراسية بسعة ٤٠ طالباً حسب متطلبات الجودة.	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض البيانات (بروجكتر/ سماعات)، جهاز حاسب آلي.	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيّمون	مجالات التقييم
استمارة استبيان، تقارير الأداء	الطلاب	فاعلية التدريس
مراجعة نماذج الاختبارات	الطلاب - زملاء من القسم بنفس التخصص	فاعلية طرق تقييم الطلاب
الحوار والمناقشة	الطلاب - إدارة البرنامج - المراجع النظير (عضو هيئة تدريس)	مصادر التعلم
مراجعة احصائيات النتائج للمقرر.	الطلاب - إدارة البرنامج - أعضاء هيئة التدريس	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:



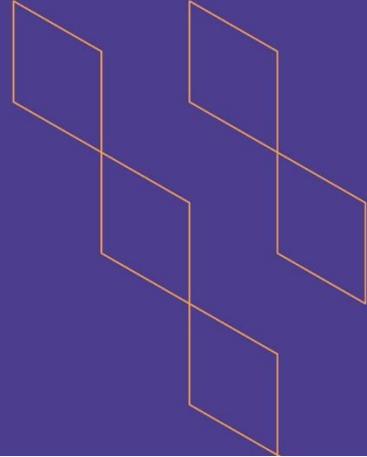
مجلس القسم	جهة الاعتماد
٠٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣	رقم الجلسة
١٢:٣٠.٠٤ / ٠٤ / ٢٠٢٢ م	تاريخ الجلسة



T-١٠٤

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: سلوك المستهلك

رمز المقرر: ١٧١ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الإدارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: ٢٠٢٢ - T-104

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠٢/١١ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات	
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 الأولى/ المستوى الثاني	
٤. الوصف العام للمقرر			
الوصف العام للمقرر: يركز على المفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك والاهتمام بالمؤثرات المعرفية والسلوكية وعلاقتها باتجاهات المستهلك وإدراكه وقدراته الشرائية ويوضح المقرر. تجزئة السوق والإحلال السلعي حاجات ودوافع المستهلك يشرح التعلم وسلوك المستهلك يوضح ارتباط الشخصية بسلوك المستهلك يحلل الإدراك الحسي للمستهلك.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر			
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك وأدوات التجزئة والإحلال السلعي. كما يركز على دراسة احتياجات ودوافع المستهلك وطرق تعلمه وخصائص إدراكه الحسي. إضافة إلى إلقاء الضوء على شخصية المستهلك واتجاهاته ودور الجماعات المرجعية والأسرة والعوامل الثقافية والاجتماعية والظروف البيئية في تحديد سلوكه الشرائي.			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	٤٥	٪١٠٠
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي		
	المجموع	٣٠	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠ = ١٠ × ٣	٪١٠٠
٢	معمل أو ستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)		
	الإجمالي	٣٠	٪١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف الطالب مفهوم وطبيعة سلوك المستهلك	p-١٤	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
1.2	يشرح الطالب أهمية دراسة سلوك المستهلك سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات	p-٢٤	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
1.3	يطبق مفهوم وطبيعة وأبعاد سلوك	p-٣٤	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
2.1	يحلل الفوارق بين المستهلك النهائي والمشتري	P-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 سلام ▪ التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
2.2	يحلل سلوك المستهلك للاستفادة من تحقيق رغبات وذوق المستهلك	m-٢م		
...		M-٣م		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	ينجز العمل مع ومن خلال الآخرين	P-٢ق	الانشطة الفردية والجماعية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ بطاقة الملاحظة
3.2			التعليم التعاوني	

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة في سلوك المستهلك	٤
٢	تجزئة السوق والإحلال السلعي	٤
٣	حاجات ودوافع المستهلك	٤
٤	تعلم وسلوك المستهلك	٣
٥	الادراك الحسي وسلوك المستهلك	٣
٦	الشخصية وسلوك المستهلك	٤
٧	تشكيل والاتجاهات وسلوك المستهلك	٤
٨	الاتصالات وسلوك المستهلك	٤
٩	الاسرة، وسلوك المستهلك: الجماعات المرجعية والطبقة الاجتماعية وسلوك المستهلك	٤
١٠	الثقافات الفرعية وسلوك المستهلك	٣
١١	ورقة عمل توضح متطلبات وخطوات تجزئة السوق	٢
١٢	عرض تقديمي	٢
١٣	عمل دراسة لتصميم شكل الاتصالات وعلاقتها بسلوك المستهلك	٣
المجموع		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
٣	الاختبار الفصلي الاول	الثامن	٪٣٠
٤	الاختبار الفصلي الثاني	الثاني عشر	٪٢٠
٥	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٪٥٠
...	المجموع		٪١٠٠

ه. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

كتاب سلوك المستهلك الناشر دار وائل ٢٠١٨\١١\١ الطبعة السابعة الأردن إ. د. محمد إبراهيم عبيدات، (، عمان،	المرجع الرئيس للمقرر
<i>Consumer Behavior</i> , Macmillan Publishing Co. New York 2008	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة أل CD أو الفيديو أو غيرها)	الاتصالات التسويقية المتكاملة، هشام احمد خريشات وعلى فلاح معلم-دارة الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

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 النظر/ 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 و اعضاء 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:



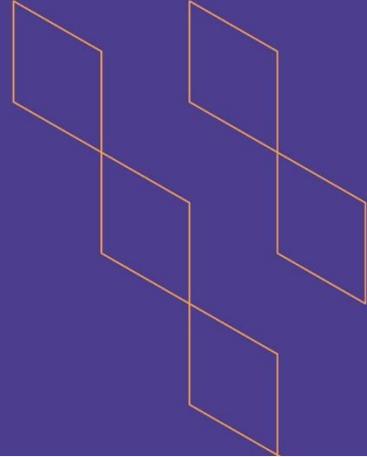
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	14430903 - 0099 - 00007
تاريخ الجلسة	2022 / 04 / 04 12:30م



T-١٠٤

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة عمليات البيع

رمز المقرر: ١٧٣ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: - الثانية

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/١/١٢ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار	√
ب. إجباري	اختياري	√		
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الأولى/ المستوى الثاني		
٤. الوصف العام للمقرر				
١. الوصف العام للمقرر:				
يهدف المقرر الي التعريف بالمفاهيم الأساسية في التسويق وادارة المبيعات، التخطيط والتنبؤ بالمبيعات، تخطيط مناطق البيع تخطيط وتحديد حصص البيع الميزانية التقديرية للمبيعات، تنظيم ادارة المبيعات، تقييم نشاط البيع، مدير البيع والمبيعات ومهارات البيع الشخصي. أعداد الموازنة التخطيطية للمبيعات، تصميم واختيار وادارة نقاط البيع، تحليل وتشخيص المشاكل المتعلقة بالبيع وكيفية إيجاد الحلول الملائمة. بالإضافة لتدريب تطبيقي حول اعداد الموازنات التخطيطية للمبيعات ومهارات البيع الشخصي واعداد الهياكل التنظيمية لإدارة المبيعات.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) ١٦١ تسق ٣				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر				
يهدف المقرر الي تعريف الطالب بإدارة المبيعات ومهارة اعداد الهيكل التنظيمي لإدارة المبيعات واختيار وتصميم نقاط البيع الي جانب التطرق الي القوي البيعية وتدريبها وتحفيزها				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم اعتيادي	٣٠	٪٦٧
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠	٪٦٧
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	١٥	٪٣٣
	الإجمالي	٤٥	٪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	يعرف المفاهيم الأساسية للتسويق وإدارة المبيعات	P-١ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يصف كيفية استخدام طرق التنبؤ بالمبيعات	P-٢ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3	يوضح وظائف ومسؤوليات إدارة المبيعات	P-٣ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يطبق مهارات البيع الشخصي	P-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 سلام التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
2.2	يستخدم الطرق العلمية في إعداد خطة المبيعات	P-٢م		
...				
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	ينجز العمل مع ومن خلال الآخرين	ق-٢م	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	يتحرى الدقة والسرعة والقدرة على التصرف بمسؤولية تجاه المواقف.	ق-٢م	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة في التسويق وإدارة المبيعات	٦
٢	التخطيط والتنبؤ بالمبيعات	٣
٣	تخطيط مناطق البيع	٣
٤	تخطيط وتحديد حصص البيع	٣
٥	الميزانية التقديرية للمبيعات	٣
٦	تنظيم إدارة المبيعات	٣
٧	تقييم نشاط البيع	٣
٨	مدير البيع والمبيعات	٣
٩	مهارات البيع الشخصي	٣
المجموع		٣٠
١٠	أعداد الموازنة التخطيطية للمبيعات	٢
١١	تصميم واختيار وإدارة نقاط البيع	٢
١٢	تحليل وتشخيص المشاكل المتعلقة بالبيع وكيفية إيجاد الحلول الملائمة	٢
١٣	تدريب علي مهارات البيع الشخصي تخطيط مناطق البيع تخطيط مناطق البيع	٢
١٤	كيفية استخدام طرق التنبؤ بالمبيعات	٢
١٥	أعداد الهياكل التنظيمية لإدارة المبيعات	١
١٦	كيفية أعداد تخطيط وأعداد خطة المبيعات	١
المجموع		١٥
المجموع الكلي		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

أنشطة 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	خلال الفصل الدراسي	٢٠ درجة تمثل ٢٠٪
٣	الاختبار الفصلي	خلال الفصل الدراسي	٣٠ تمثل ٣٠٪
٥	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠ درجة تمثل ٥٠٪
...	المجموع		١٠٠٪

ه. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

حبيب الله التركستاني، ادارة المبيعات ومهارات البيع، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٧	المرجع الرئيس للمقرر
دارة المبيعات، أ.د محمود جاسم، د. دينة عثمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان ١٤٣١	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها)	الاتصالات التسويقية المتكاملة، هشام احمد خريشات وعلي فلاح معلم-دارة الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

و. تقويم جودة المقرر:

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

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

ز. اعتماد التوصيف:

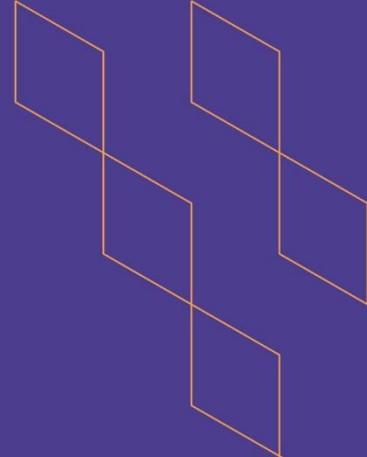


جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	٠٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣
تاريخ الجلسة	١٢:٣٠ / ٠٤ / ٢٠٢٢م



T-104
2022

Course Specification



Course Title: Reading and Writing 2
Course Code: 195 ENG-2
Program: Diploma
Department: Administrative Sciences & Computer Sciences
College: Applied College
Institution: Najran University
Version: 2- T 104 - 2022
Last Revision Date: 2/1/1445H



Table of Contents:

Content	Page
A. General Information about the course	3
1. Teaching mode (mark all that apply)	3
2. Contact Hours (based on the academic semester)	3
B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods	4
C. Course Content	4
D. Student Assessment Activities	5
E. Learning Resources and Facilities	5
1. References and Learning Resources	5
2. Facilities and Equipment	6
F. Assessment of Course Quality	6
G. Specification Approval Data	6



A. General information about the course:

Course Identification	
1. Credit hours:	2
2. Course type	
a.	University <input type="checkbox"/> College <input checked="" type="checkbox"/> Department <input type="checkbox"/> Track <input type="checkbox"/> Others <input type="checkbox"/>
b.	Required <input checked="" type="checkbox"/> Elective <input type="checkbox"/>
3. Level/year at which this course is offered: Second Semester	
4. Course general Description This course develops the students' basic reading skills strategies such as scanning, skimming, building vocabulary, identifying main ideas and details, summarizing and reading comprehension of different types of texts. Besides, the course introduces writing simple sentences, recognizing parts of speech, compound sentences, and punctuation.	
5. Pre-requirements for this course (if any): 192Eng-2	
6. Co- requirements for this course (if any): None	
7. Course Main Objective(s) This course is intended to promote and enhance students' communicative skills (reading and writing) in order to succeed in academic domains.	

1. Teaching mode (mark all that apply)

No	Mode of Instruction	Contact Hours	Percentage
1.	Traditional classroom	2 per week	100
2.	E-learning		
3.	Hybrid <ul style="list-style-type: none"> • Traditional classroom • E-learning 		
4.	Distance learning		

2. Contact Hours (based on the academic semester)

No	Activity	Contact Hours
1.	Lectures 2*15	30
2.	Laboratory/Studio	
3.	Field	
4.	Tutorial	
5.	Others (specify): midterm and final tests	5
	Total	35





B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods

Code	Course Learning Outcomes	Code of CLOs aligned with program	Teaching Strategies	Assessment Methods
1.0	Knowledge and understanding			
1.1	Recognizing vocabulary related to sleep and dreams, work and lifestyle, food and nutrition, vacations, and our planet.	I	Explanation discussions lecture	Midterm, Final tests
1.2	Indicating main ideas and details in written texts		discussions, pre/post reading activities	Tasks
...				
2.0	Skills			
2.1	Discussing open ended questions	I	Discussion, Task-based activities	Tasks
2.2	Producing correct statements and paragraphs		Discussion, Task-based activities	Midterm, Final tests
...				
3.0	Values, autonomy, and responsibility			
3.1	Participating in team to orally express thoughts and ideas about a text		Tutorial pair/group work	Group/ pair work
3.2				
...				

C. Course Content

No	List of Topics	Contact Hours
1.	Chapter Six- Sleep and Dreams- The Purpose of Sleep and Dreams	2
2.	A Dream Narrative, Searching the Web	2
3.	Vocabulary and Writing Skills	2
4.	Chapter Seven- Work and Lifestyle- Volunteering	2



5.	My Special Year	2
6	Vocabulary Practice and Writing Skills	2
7	Chapter Eight: Food and Nutrition- New Foods, New Diets	2
8	Eating Bugs Reading Charts	2
9	Vocabulary and Writing Practice	2
10	Chapter Nine: Great Destination- Adventure Vacations	2
11	Your Travel Personality – Tours and Travelling	2
12	Vocabulary and Writing Practice	2
13	Chapter Ten: Our Planet- The Ocean in Trouble	2
14	Repairing the Environment	2
15	Vocabulary and Writing Skills	2
Total		30

D. Students Assessment Activities

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	Midterm test 1	8	30
2.	Midterm test 2	16	20
3.	Final test	Term End	50
	Total		100

*Assessment Activities (i.e., Written test, oral test, oral presentation, group project, essay, etc.)

E. Learning Resources and Facilities

1. References and Learning Resources

Essential References	Hartmann, P., Mentel, J., and Motala, A. interactions access- Reading and Writing
Supportive References	www. How to Improve your English
Electronic Materials	www.almaany .com
Other Learning Materials	www.nu.edu.sa



2. Required Facilities and equipment

Items	Resources
facilities (Classrooms, laboratories, exhibition rooms, simulation rooms, etc.)	Lecture room of 25 students
Technology equipment (projector, smart board, software)	Smart Board / PowerPoint files/ CDs/ Data Show
Other equipment (Depending on the nature of the specialty)	NU site

F. Assessment of Course Quality

Assessment Areas/Issues	Assessor	Assessment Methods
Effectiveness of teaching	Peer reviewer / Quality unit Program Leaders	Direct + indirect
Effectiveness of students assessment	Students	Questionnaires
Quality of learning resources	Program Leaders	
The extent to which CLOs have been achieved	Course Instructors	
Other		

Assessor (Students, Faculty, Program Leaders, Peer Reviewer, Others (specify))

Assessment Methods (Direct, Indirect)

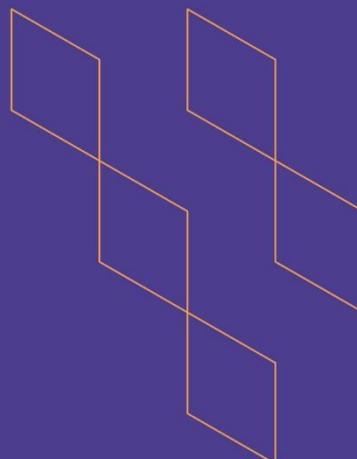
G. Specification Approval Data

COUNCIL /COMMITTEE	ADMINISTRATIVE SCIENCES DEPARTMENT	
REFERENCE NO.	00007 – 0099 - 14430903	
DATE	4/4/2022	



T-104
2022

Course Specification



Course Title: Grammar 2
Course Code: 196 ENG-2
Program: Diploma
Department: Administrative Sciences & Computer Sciences
College: Applied College
Institution: Najran University
Version: 2- T 104 - 2022
Last Revision Date: 2/1/1445H



Table of Contents:

Content	Page
A. General Information about the course	3
1. Teaching mode (mark all that apply)	3
2. Contact Hours (based on the academic semester)	3
B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods	4
C. Course Content	5
D. Student Assessment Activities	5
E. Learning Resources and Facilities	5
1. References and Learning Resources	5
2. Facilities and Equipment	6
F. Assessment of Course Quality	6
G. Specification Approval Data	6





A. General information about the course:

Course Identification

1. Credit hours: 2

2. Course type

a. University College Department Track Others

b. Required Elective

3. Level/year at which this course is offered: Second Semester

4. Course general Description

This course introduces students to language structures related to simple past regular and irregular verbs, past continuous, future and conditional clauses quantity and degree words, object / possessive pronouns, and indefinite pronouns.

5. Pre-requirements for this course (if any): 193Eng-2

6. Co- requirements for this course (if any): None

7. Course Main Objective(s)

Through the study of this course, students will be able to express themselves using grammatically correct written and spoken English.

1. Teaching mode (mark all that apply)

No	Mode of Instruction	Contact Hours	Percentage
1.	Traditional classroom	2 per week	100
2.	E-learning		
3.	Hybrid <ul style="list-style-type: none"> • Traditional classroom • E-learning 		
4.	Distance learning		

2. Contact Hours (based on the academic semester)

No	Activity	Contact Hours
1.	Lectures 2*15	30
2.	Laboratory/Studio	
3.	Field	
4.	Tutorial	
5.	Others (specify): midterm and final tests	5
	Total	35



B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods

Code	Course Learning Outcomes	Code of CLOs aligned with program	Teaching Strategies	Assessment Methods
1.0	Knowledge and understanding			
1.1	Recognize simple past tense with regular/irregular verbs, the past continuous, simple future, quantity and degree words, object / possessive pronouns, and indefinite pronouns.	I	Explanation discussions lecture	Tasks
1.2	Explain the simple past and continuous tenses- future-affirmative and negative sentences, yes/no questions, countable and uncountable nouns.		discussions, pre/post reading activities	Midterm, Final tests
...				
2.0	Skills			
2.1	Construct grammatically correct sentences of simple past and continuous tenses- future negative /affirmative statements, yes/no and wh. questions.	I	Discussion, Task-based activities	Tasks
2.2	Infer grammatical structures related to the simple past and continuous tenses- and the future		Discussion, Task-based activities	Midterm, Final tests
...				
3.0	Values, autonomy, and responsibility			
3.1	Participate in pair work as well as group work		Tutorial pair/group work	Group/ pair work
3.2	Use the Internet to accomplish tasks			
...				



C. Course Content

No	List of Topics	Contact Hours
1.	Section six- The Simple Past: Regular verbs, past time expressions, and spelling / pronunciation of regular past	2
2.	The simple past tense of irregular verbs The simple past negative	2
3.	Yes/No Questions with simple past Wh. Questions and past time clauses with before / after	2
4.	Section Seven- The Past Continuous- The past continuous	2
5.	While and when with past time clauses	2
6.	The past continuous and the simple past	2
7.	Section Eight: The Future Tense- To be going to the future time expressions	2
8.	The present continuous as a future tense Will, may and might	2
9.	The future time clauses with before and after Future type 1, conditional sentences The present simple with time clauses and if clauses	2
10.	Section Nine: Quality and Degree words- All, almost, most of, every, very and too	2
11.	Too many and too much Too+ adjective + infinitive	2
12.	Adjective+ enough Enough + noun	2
13.	Section Ten: Objects and Pronouns- Object pronouns	2
14.	Indirect Objects/ with for	2
15.	Possessive/ indefinite pronouns	2
Total		30

D. Students Assessment Activities

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	Midterm test 1	8	30
2.	Midterm test 2	16	20
3.	Final test	Term End	50
	Total		100

*Assessment Activities (i.e., Written test, oral test, oral presentation, group project, essay, etc.)



E. Learning Resources and Facilities

1. References and Learning Resources

Essential References	Milada Brouka. interactions access (Focus on Grammar) Middle East Gold Edition
Supportive References	www. How to Improve your English
Electronic Materials	www.almaany .com
Other Learning Materials	www.nu.edu.sa

2. Required Facilities and equipment

Items	Resources
facilities (Classrooms, laboratories, exhibition rooms, simulation rooms, etc.)	Lecture room of 25 students
Technology equipment (Projector, smart board, software)	Smart Board / PowerPoint files/ CDs/ Data Show
Other equipment (Depending on the nature of the specialty)	NU site

F. Assessment of Course Quality

Assessment Areas/Issues	Assessor	Assessment Methods
Effectiveness of teaching	Peer reviewer / Quality unit Program Leaders	Direct + indirect
Effectiveness of students' assessment	Students	Questionnaires
Quality of learning resources	Program Leaders	Direct
The extent to which CLOs have been achieved	Course Instructors	Direct
Other		

Assessor (Students, Faculty, Program Leaders, Peer Reviewer, Others (specify))

Assessment Methods (Direct, Indirect)

G. Specification Approval Data

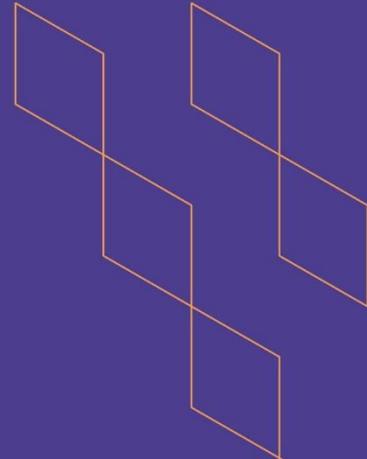
COUNCIL /COMMITTEE	ADMINISTRATIVE SCIENCES DEPARTMENT
REFERENCE NO.	00007 – 0099 - 14430903
DATE	4/4/2022





T-104
2022

Course Specification



Course Title: Listening and Speaking 2
Course Code: 194 ENG-2
Program: Diploma
Department: Administrative Sciences & Computer Sciences
College: Applied College
Institution: Najran University
Version: 2- T 104 - 2022
Last Revision Date: 2/1/1445H



Table of Contents:

Content	Page
A. General Information about the course	3
1. Teaching mode (mark all that apply)	3
2. Contact Hours (based on the academic semester)	3
B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods	4
C. Course Content	4
D. Student Assessment Activities	5
E. Learning Resources and Facilities	5
1. References and Learning Resources	5
2. Facilities and Equipment	6
F. Assessment of Course Quality	6
G. Specification Approval Data	6





A. General information about the course:

Course Identification

1. Credit hours: 2

2. Course type

a. University College Department Track Others

b. Required Elective

3. Level/year at which this course is offered: First Semester

4. Course general Description

This course introduces audio recorded and written materials in English language about various topics in real life situations. Besides, it encourages learners to freely and naturally express themselves. It contains pre-listening activities, previewing vocabulary, listening for main ideas and details, stress words and speaking tasks.

5. Pre-requirements for this course (if any): 191 ENG-2

6. Co- requirements for this course (if any): None

7. Course Main Objective(s)

This course is intended to promote learners' oral communication skills in comprehending and producing spoken English with an acceptable level of clarity.

1. Teaching mode (mark all that apply)

No	Mode of Instruction	Contact Hours	Percentage
1.	Traditional classroom	4 per week	100%
2.	E-learning		
3.	Hybrid <ul style="list-style-type: none"> • Traditional classroom • E-learning 		
4.	Distance learning		

2. Contact Hours (based on the academic semester)

No	Activity	Contact Hours
1.	Lectures 415	60
2.	Laboratory/Studio	
3.	Field	
4.	Tutorial	
5.	Others (specify): midterm and final tests	5
	Total	65



B. Course Learning Outcomes (CLOs), Teaching Strategies and Assessment Methods

Code	Course Learning Outcomes	Code of CLOs aligned with program	Teaching Strategies	Assessment Methods
1.0	Knowledge and understanding			
1.1	Recognizing the new vocabulary, filling the blanks and matching definitions	I	Explanation discussions lecture	Tasks
1.2	Indicating main ideas and details as students listen to an audio recording.		discussions, pre/post reading activities	Midterm, Final tests
...				
2.0	Skills			
2.1	Discussing open ended questions	I	Discussion, Task-based activities	Tasks
2.2	Producing spoken English with an acceptable level of clarity.		Discussion, Task-based activities	Midterm, Final tests
...				
3.0	Values, autonomy, and responsibility			
3.1	Participating in team to orally express thoughts and ideas about a topic.		Tutorial pair/group work	Group/ pair work
3.2	Use the Internet to accomplish tasks			
...				

C. Course Content

No	List of Topics	Contact Hours
1.	Chapter 6- Cultures of the World Learning New Customs	12
2.	Coming-of-Age Ceremonies	
3.	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
4.	Chapter 7 - Health	12





	Touring a Health Club	
5.	A doctor Advice	
6	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
7	Chapter 8: Entertainment and the Media Watching TV	12
8	New Report	
9	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
10	Chapter 9: Social Life Meeting Old Classmates	12
11	Arranging A Match	
12	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
13	Chapter 10: Sports Explaining A Sport	12
14	A Wrestler	
15	Strategies for Better Listening and Speaking Real-World Tasks	
Total		60

D. Students Assessment Activities

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	Midterm test 1	8	25
2.	Oral participation throughout the term		10
3.	Online Tasks throughout the term		15
4.	Final Oral (speaking) Test	15	25
5.	Final Listening written Test	16 / 17	25
	Total		100

*Assessment Activities (i.e., Written test, oral test, oral presentation, group project, essay, etc.)

E. Learning Resources and Facilities

1. References and Learning Resources

Essential References	Judith Tanka & Paul Most - interactions 1- Listening and Speaking McGraw Hill – Gold Edition
Supportive References	www. How to Improve your English
Electronic Materials	www.almaany .com
Other Learning Materials	www.nu.edu.sa



2. Required Facilities and equipment

Items	Resources
facilities (Classrooms, laboratories, exhibition rooms, simulation rooms, etc.)	Lecture room of 25 students
Technology equipment (Projector, smart board, software)	Smart Board / PowerPoint files/ CDs/ Data Show
Other equipment (Depending on the nature of the specialty)	NU site

F. Assessment of Course Quality

Assessment Areas/Issues	Assessor	Assessment Methods
Effectiveness of teaching	Peer reviewer / Quality unit Program Leaders	Direct + indirect
Effectiveness of students' assessment	Students	Questionnaires
Quality of learning resources	Program Leaders	Direct
The extent to which CLOs have been achieved	Course Instructors	Direct
Other		

Assessor (Students, Faculty, Program Leaders, Peer Reviewer, Others (specify))

Assessment Methods (Direct, Indirect)

G. Specification Approval Data

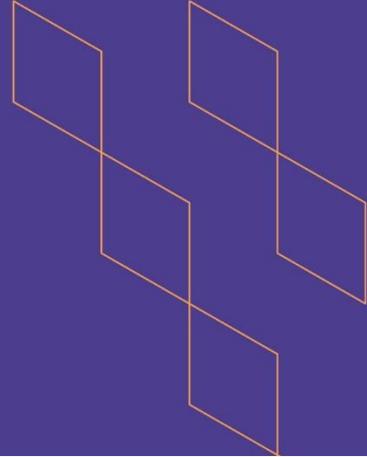
COUNCIL /COMMITTEE	ADMINISTRATIVE SCIENCES DEPARTMENT	
REFERENCE NO.	00007 – 0099 - 14430903	
DATE	2022 / 04 / 04 12:30 PM	



T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: الاتصالات التسويقية المتكاملة

رمز المقرر: ١٧٢ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الإدارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥ / ١ / ١٢ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار	
ب. إجباري	اختياري	√	√	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الثالث		
الهدف العام للمقرر: يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الاتصال التسويقي وعناصره والعمليات ذات الصلة به بحيث يتمكن الطالب من خلالها مهارات تمكنه من التخطيط لحمالات الاتصال التسويقي وتنفيذها وإدارتها وتقويمها. بما في ذلك حملات تنشيط المبيعات والاعلان والبيع الشخصي والمعارض والبيع والتسويق المباشر والعلاقات العامة والممارسات الأخلاقية في الاتصالات التسويقية المتكاملة بجانب تدريب تطبيقي في حملات تنشيط المبيعات والبيع الشخصي والاعلان.				
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				
<ul style="list-style-type: none"> فهم كيفية دمج العناصر الرئيسية ضمن مزيج الاتصالات التسويقية (مثل الإعلان والترويج والتسويق المباشر) إظهار فهم واضح لمصطلحات ومفاهيم وممارسات الاتصالات التسويقية المتكاملة (IMC) فهم كيفية تناسب عملية الاتصالات مع سلوك المستهلك مع التركيز على عملية صنع القرار الشرائي للمستهلك. اكتساب الخبرة العملية في إنشاء حملة إعلانية، وبيان صحفي، وكيفية ترويج المبيعات، وعناصر أخرى من المزيج الترويجي. تطوير خطة ترويجية فريدة لشركة حقيقية. 				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	٣٠	٪٦٧
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠ = ١٥ × ٢	٪٦٧
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	١٥ = ١٥ × ١	٪٣٣
	الإجمالي	٤٥	٪١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف المفاهيم والمبادئ العامة للاتصالات التسويقية المتكاملة	ع-١-٣	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2			المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3			المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يقارن الطالب بين أدوات الاتصالات التسويقية وظروف استخدام كل منها	M-١م		مقياس سلالمة التقدير
2.2	يقيم الطالب مدى توافر الأسس العلمية للحملة الترويجية لشركة أو مؤسسة قائمة بالفعل	M-٢م	اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	كتابة التقارير التقييم بالمشاريع العلمية التقييم القائم على المناقشات الاختبارات العملية الواجبات التطبيقية البحوث
...				

القيم والاستقلالية والمسؤولية			3.0
الانشطة الفردية والجماعية	ق-1-P	يتصرف بمسئولية تجاه المواقف	3.1
التعليم التعاوني	ق-2-P	يشترك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية	3.2

ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
٣	اساسيات التسويق والاتصالات التسويقية	١
٣	نموذج الاتصالات التسويقية المتكاملة	٢
٤	سلوك المستهلك ودوره في اعداد الاتصالات التسويقية المتكاملة	٣
٣	الإعلان الفعال كيف تصل الي عقول ومشاعر العملاء	٤
٣	البيع الشخصي	٥
٤	تنشيط المبيعات	٦
٤	التسويق المباشر	٧
٣	العلاقات العامة	٨
٣	الأخلاقيات والاتصالات التسويقية	٩
٣٠	المجموع	
١	تدريب عملي للتعرف على مدي تعرف الطالب علي اساسيات الاتصالات التسويقية	١٠
٢	حلقة نقاش حول كيف تعد الرسالة الاعلانية الفاعلة	١١
١	دراسة حالة عن دور سلوك المستهلك في الاتصالات التسويقية	١٢
١	عروض تقديمية عن اعداد الحملة الترويجية	١٣
٢	ورشة عمل لمناقشة التسويق عبر الانترنت	١٤
٢	دراسة حالة عن العلاقات العامة والنشر	١٥
١	حلقة نقاشة مع أحد رجال البيع الناجحين بالمنطقة	١٦
١	تدريب تطبيقي عن تنشيط المبيعات	١٧
٢	عروض تقديمية عن مواصفات وواجبات رجل البيع	١٨
٢	حالات دراسية عن التسويق المباشر	١٩
١٥	المجموع	
٤٥	المجموع الكلي	

د. أنشطة تقييم الطلبة

أنشطة 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:

طلعت أسعد عبد الحميد، الاتصالات التسويقية المتكاملة: طريقك المباشر إلى قلب وفكر العميل الطبعة الخامسة ٢٠٢٢م	المرجع الرئيس للمقرر
الاتصالات التسويقية المتكاملة، هشام احمد خريشات وعلي فلاح معلم-دارة الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها)	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

و. تقويم جودة المقرر:

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

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

ز. اعتماد التوصيف:



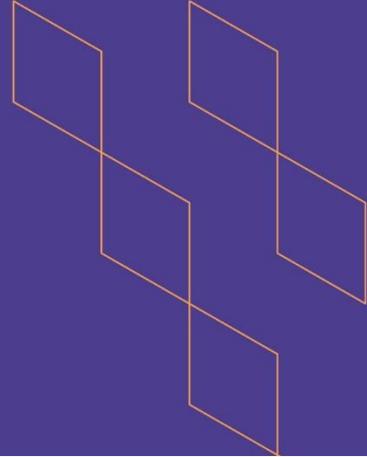
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠:٣٠ م



T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة علاقات العملاء

رمز المقرر: ١٧٦ تسق-2

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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		ساعتان	
٢. نوع المقرر			
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص
		√	متطلب مسار
ب.	إجباري	√	اختياري
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الأولى/ المستوى الثالث	
٤. الوصف العام للمقرر			
يتناول هذا المقرر: التسويق بالعلاقات ومجالاته النظرية والعملية والمفاهيم الأساسية وتقنيات وممارسات إدارة علاقات العملاء وشرح دورة حياة إدارة علاقات العملاء واكتساب العميل والاحتفاظ بالعملاء واستراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء ومعرفة العميل والعوامل المؤثرة علي بقاء العلاقة مع العملاء ومعدل اكتساب العملاء ومعدل فقدان العملاء ومؤشرات قيمة العميل مدى الحياة.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)			
٦١٦١-٣			
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)			
لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر			
يهدف المقرر إلي:			
١. إدراك المفاهيم الأساسية وتقنيات وممارسات إدارة علاقات العملاء			
٢. اظهار القدرة على امتلاك المعرفة بالحصول على بيانات العميل وتحليلها واستخداماتها			
٣. تحديد تأثير إدارة علاقات العملاء على تجربة رضا وولاء العملاء			
٤. تطوير خطة إدارة علاقات العملاء الخاصة باستراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء			

١. نمط التعليم

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

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)		
	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	يعرف مفاهيم إدارة علاقات العملاء ونماذجها والمفاهيم المرتبطة بها، ويوضح الآثار الإدارية لإدارة علاقات العملاء.	ع-١p	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمینارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يشرح دورة حياة إدارة علاقات العملاء وتطبيقها على تفاعلات العملاء	ع-٢p	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمینارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يحلل بيانات العملاء ويستخدمها في إدارة علاقات العملاء	م-١P	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 سلام التقدير ■ كتابة التقارير ■ التقييم بالمشاريع العلمية ■ التقييم القائم على المناقشات ■ الاختبارات العملية ■ الواجبات التطبيقية ■ البحوث
2.2	يمارس مهارات التسويق المباشر	م-٢M		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	تعامل بشفافية مع العملاء في المعاملات التجارية.	ق-٢P	الانشطة الفردية والجماعية	<ul style="list-style-type: none"> ■ بطاقة الملاحظة
3.2				
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	المفاهيم الأساسية وتقنيات وممارسات ادارة علاقات العملاء.	٣
٢	الاحتفاظ بالعملاء	٣
٣	استراتيجيات واقتصاديات الاحتفاظ بالعملاء	٣
٤	صلاحيه اقتصاديات العلاقة مع العملاء	٣
٥	شرح دورة حياة ادارة علاقات العملاء كما يتم تطبيقها على تفاعلات العملاء.	٣
٦	اظهار القدرة على امتلاك المعرفة بالحصول على بيانات العميل وبحثها وتحليلها واستخداماتها وادارتها في إطار علاقات العملاء	٣
٧	وصف وتحليل استراتيجيات ادارة علاقات العملاء في سياق المبيعات والتسويق وخدمة العملاء.	٣
٨	تحديد تأثير ادارة علاقات العملاء على تجربة ورضا ولاء العملاء.	٣
٩	تحديد تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات الحسنة في ادارة علاقات العملاء.	٣
١٠	تطوير خطة ادارة علاقات العملاء من أجل تنفيذ استراتيجيه شخصية لإدارة علاقات عملاء.	٣
المجموع		٣٠

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الفصلي الاول	الثامن	٪١٠
٣	الاختبار الفصلي الثاني	السادس عشر	٪٢٠
٥	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٪٥٠
...	المجموع		٪١٠٠

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة علاقات الزبون، حسين وليد عيار واحمد عيد محمد، دار صفاء ٢٠١٧م عمان	المرجع الرئيس للمقرر
إدارة علاقات العملاء، محمد منصور ابوجبل الإدارة الفعالة لعلاقات العملاء "مدخل عالمي" الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ٢٠١٠م	المراجع المساندة
<ul style="list-style-type: none"> المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الإلكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها) رابطالمكتبةالسعوديةالرقمية <p>https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfml.gov.sa</p>	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 سيورة ذكية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيورة 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، اعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:



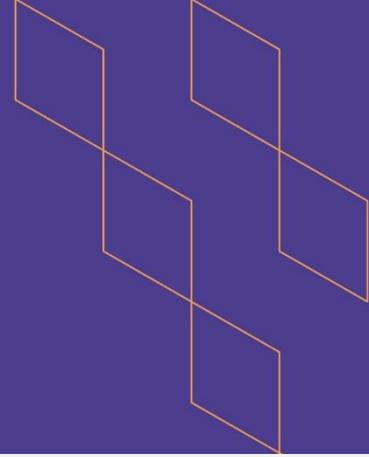
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠:٣٠ م



T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة المنتج والعلامة التجارية

رمز المقرر: ٢٦١ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥ / ١ / ١٢ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب.	إجباري	اختياري	√	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الخامس		
٤. الوصف العام للمقرر				
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم إدارة المنتجات السلعية والخدمية والعلامة التجارية والتعرف على تصنيف المنتجات وعمليات تطوير المنتجات الجديدة واستراتيجيات العلامة التجارية ومراحل دورة حياة المنتج. بالإضافة لتدريب تطبيقي في قياس وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية ومدى الارتباط بالصورة الذهنية المدركة للعلامة التجارية.				
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				
<ul style="list-style-type: none"> • فهم كيفية تصنيف المنتجات والخدمات • إظهار فهم واضح لمصطلحات ومفاهيم وممارسات إدارة المنتج والعلامة التجارية • شرح خطوات تطوير المنتجات الجديدة. • مناقشة استراتيجيات العلامة التجارية والقرارات المتعلقة بكيفية بناء العلامة التجارية. • التعرف على مراحل دورة حياة المنتج وكيفية تغير الاستراتيجيات التسويقية خلال دورة حياة المنتج 				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	٣٠	٪٦٧
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠ = ١٥ × ٢	٪٦٧
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	١٥ = ١٥ × ١	٪٣٣
	الإجمالي	٤٥	٪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	ان يشرح الطالب ماهية المنتجات وقيمة العلامة التجارية	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمونات	الاختبارات والواجبات
1.2	يصف الطالب دورة حياة المنتج	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمونات	الاختبارات والواجبات
1.3				
2.0	المهارات			
2.1	يشرح الطالب خطوات تطوير المنتجات الجديدة	M	المحاضرة المناقشة الحوار والتكليفات والواجبات أسلوب حل الواجبات	مقياس سلالم التقدير كتابة التقارير
2.2	يناقش الطالب استراتيجيات العلامة التجارية	M		التقييم بالمشاريع العلمية
...				التقييم القائم على المناقشات الاختبارات العملية الواجبات التطبيقية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتصرف بمسئولية تجاه المواقف	P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	أن يشارك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية	P	التعليم التعاوني	بطاقة الملاحظة
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة في إدارة المنتجات	٢
٢	المنتجات	٣
٣	قرارات المنتج والخدمة	٢
٤	مدخل في تخطيط وتطوير المنتجات	٢
٥	تصميم وتطوير المنتج	٤
٦	مراحل تطوير المنتجات الجديدة	٢
٧	مراحل دورة حياة المنتج	٤
٨	قيمة العلامة التجارية	٢
٩	الوعي بالعلامة التجارية	٢
١٠	تطوير هوية العلامة التجارية	٢
١١	الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية	٢
١٢	استراتيجيات تجديد المنتجات والعلامة التجارية	٣
المجموع		٣٠
١٣	تدريب عملي للتعرف على مدي تعرف الطالب على مفهوم المنتجات	٢
١٤	حلقة نقاش حول دورة حياة المنتجات واختيار الاستراتيجيات المناسبة	١
١٥	دراسة حالة عن تخطيط المنتجات	١
١٦	عروض تقديمية عن المقارنة بين المنتجات السلبية والخدمية	٢
١٧	جلسة عصف ذهني حول اقتراح منتجات جديدة تتصف بالابتكار	١
١٨	حلقة نقاش عن استراتيجيات العلامة التجارية	١
١٩	عرض تجارب عن مستوي الوعي بالعلامة التجارية	١
٢٠	تدريب تطبيقي عن تجديد المنتجات والعلامة التجارية	٢
	تدريب مراحل دورة حياة المنتج	١
٢١	عروض تقديمية عن تطوير المنتجات الجديدة	٣
المجموع		١٥
المجموع الكلي		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

أنشطة 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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة المنتج ل استيفن مورس دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، ٢٠٢٢م	المرجع الرئيس للمقرر
إدارة المنتج والعلامة التجارية، د.محمد خضر ، منشورات الجامعة السورية الافتراضية ٢٠٢٠م	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة أل CD أو الفيديو أو غيرها)	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 ... الخ)	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، اعضاء 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

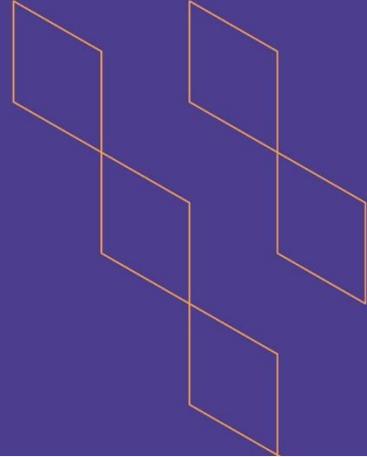




T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: اساسيات التسويق الرقمي

رمز المقرر: ٢٦٢ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠١/٠٩ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات	
٢. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب تخصص	√	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	√	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الرابع	
٤. الوصف العام للمقرر: يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق الرقمي وكيفية استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال عالمية وكاتجاه حديث في الأعمال التجارية. بغرض ربط المؤسسات أو الشركات أو المنظمات مع شريحة واسعة من جمهورها عبر استخدام القنوات الرقمية المختلفة للترويج لسلعها وخدماتها بهدف البيع وتوسيع نشاطها التجاري وتعزيز تواجده على الإنترنت، ويعرض هذا المقرر مقدمة لموضوعات التسويق الرقمي مثل التخطيط لاستراتيجية النشاط التجاري الإلكتروني وكيفية البدء فيه، وتعريف العملاء بالنشاط التجاري وسبل تمكينهم من الوصول اليه على الإنترنت باستخدام نتائج محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الاعلانية عبر الأجهزة الجواله واستخدام البريد الإلكتروني، بجانب تتبع حركة زيارات العملاء للويب وقياسها وبيع المنتجات والخدمات وتوسيع النشاط التجاري ونجاحه محلياً وعالمياً.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): مقدمة في التسويق ١٦١ تسق-٣			
٦. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر لتعريف الطالب بأهمية الانترنت لتسويق الأنشطة التجارية، وبعناصر استخدام التسويق الإلكتروني. واهم استراتيجيات التسويق الإلكتروني والتسويق عبر محركات البحث ودور التسويق عبر الإيميل والعلاقات العامة مع العملاء ومن ثم الاعلان الرقمي واساليب اشهار العلامة التجارية في التسويق الإلكتروني والاعلام الاجتماعي، واهمية المواقع الإلكترونية في إظهار النشاط التجاري على الانترنت وانجاحه.			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	30	٪٦٧
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠ = ١٥ × ٢	٪٦٧
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	١٥ = ١٥ × ١	٪٣٣
	الإجمالي	٤٥	٪١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
المعرفة والفهم				
1.0				
1.1	يعرف المفاهيم الأساسية للتسويق الإلكتروني وأهم الفرص والتحديات التي تواجهه	P-١ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يوضح مختلف خيارات التواجد على شبكة الإنترنت وميزاتها	P-٢ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3	يشرح أساسيات وعناصر جذب وفعالية المواقع الإلكترونية للشراء عبر الإنترنت	P-٣ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
المهارات				
2.0				
2.1	يمارس وظائف التسويق الرقمي مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق عبر البريد الإلكتروني، الإعلان عبر الإنترنت، وتحسين محركات البحث	P-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 سلام التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
2.2	يستخدم الوسائل الحديثة في التواصل بفاعلية مع العملاء والزبائن	P-٢م		
القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.0				
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التجارية الإلكترونية	P-١ق	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	يتحرى الدقة والسرعة في التصرف بمسؤولية تجاه مواقف العمل.	P-٢ق	التعليم التعاوني	التعليم التطبيقي
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مفهوم التسويق الرقمي والخطوات الأولى نحو خلق فرصة لتواجد النشاط التجاري ونجاحه على الإنترنت.	٤
٢	التخطيط لاستراتيجية النشاط التجاري على الإنترنت.	٢
٣	تمكين الآخرين من العثور على النشاط التجاري على الويب بسهولة من خلال نتائج البحث. واستخدام نتائج البحث لتحسين الحملات الاعلانية وتحقيق النجاح بشكل كامل.	٤
٤	الوصول إلى جمهور أكبر في النطاق المحلي أو على وسائل التواصل الاجتماعي أو على الأجهزة الجوّالة.	٢
٥	تعريف المجتمع المحلي بالنشاط التجاري. ومساعدة العملاء المحليين في إيجاد النشاط على الإنترنت.	٤
٦	إظهار النشاط التجاري على شبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز المعرفة بشبكات التواصل الاجتماعي واستكشاف الفرص التي تتيحها الأجهزة الجوّالة.	٤
٧	الوصول إلى مزيد من العملاء باستخدام الوسائل الاعلانية كالبريد الالكتروني والاعلانات الصورية ومحتوى الفيديو والمواقع الأخرى.	٤
٨	تتبع حركة زيارات الويب وقياسها باستخدام الإحصاءات وتحويل البيانات إلى إحصاءات.	٢
٩	بيع المنتجات والخدمات على الإنترنت وزيادة المبيعات.	٢
١٠	توسيع انتشار النشاط التجاري عالمياً	٢
٣٠	المجموع	
١١	تدريب تطبيقي في وضع الخطوات الأولى لتعزيز تواجد النشاط على الانترنت	٢
١٢	تدريب تطبيقي على وضع استراتيجية لتسويق النشاط التجاري على الانترنت	٢
١٣	تدريب تطبيقي على استخدام إعلانات نتائج البحث في تحسين الحملات الاعلانية	٢
١٤	عرض تقديمي بطرق تعريف المجتمع المحلي بالنشاط الالكتروني	١
١٥	تدريب تطبيقي حول كيفية إظهار النشاط التجاري على شبكات التواصل الاجتماعي	٢
١٦	ورقة عمل عن استكشاف الفرص التي تتيحها الأجهزة الجوّالة واستخدامها	١
١٧	تدريب تطبيقي على الاتصال عبر البريد الالكتروني	٢
١٨	عرض تقديمي عن الاستفادة من محتوى الفيديو	١
١٩	ورقة عمل عن كيفية زيادة المبيعات على الإنترنت وتوسيع النشاط التجاري عالمياً	١
١٥	المجموع	
٤٥	المجموع الكلي	

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:

المرجع الرئيس للمقرر	اساسيات التسويق الرقمي -محمود علي جابر ٢٠١٩م
المراجع المساندة	■ أسرار التسويق الرقمي، ابراهيم العبود- دار وجوه للنشر والتوزيع ٢٠٢٠م التسويق الرقمي استراتيجيات التسويق في عصر الثورة الرقمية، طلعت أسعد عبد الحميد- مكتبة الشقري ٢٠١٩م
المصادر الإلكترونية	https://learndigital.withgoogle.com/maharatgoogle/course/digital-marketing
أخرى	مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب

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:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
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:



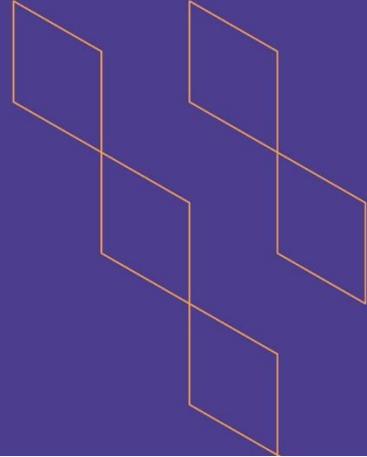
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠:٣٠ م



T-١٠٤

٢٠٢٢

توصيف المقرر



اسم المقرر: إدارة التسعير

رمز المقرر: ٢٧٤تسق-٢

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104-2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠١/١٢هـ





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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعة	
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 الرابع	
١. الوصف العام للمقرر:			
<p>يشرح هذا المقرر مفهوم السعر وأهدافه مع اجراء تدريب تطبيقي لتسعير منتج ما في السوق واضعين في الاعتبار أسعار المنافسين لهذا المنتج المعين، اهداف التسعير مع تطبيق عملي عن الفائدة التي تنعكس على المستهلك جراء شرائه المنتج، استراتيجيات تسعير المنتجات مع تطبيق عملي عن طبيعة الجمهور المستهدف، خطوات تسعير المنتجات مع تطبيق عملي تكلفة الإنتاج والعوامل التي ساهمت في إنتاج منتجاتك، طرق التسعير تدريب تطبيقي لزيارة متجر لمعرفة كيفية تسعير سلعة ما، تسعير الخدمات تقديم تدريب بتقديم عرض تقديمي عن الاشتراك بخدمة معينة عبر دفع مبلغ من المال للحصول على الخدمة لفترة زمنية محددة، تسعير السلع الصناعية واجب تطبيقي على تصميم متجر إلكتروني احترافي.</p>			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)			
161 تسق – مقدمة في التسويق			
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)			
لا يوجد			
يهدف هذا المقرر إلى جعل الطالب ملماً من الناحيتين الأكاديمية والتطبيقية بوظيفة التسعير كوظيفة من وظائف التسويق بحيث يكون قادراً على معرفة الأسس العلمية المتعلقة بعملية التسعير مع قدرة في نفس الوقت على تطبيق هذه الأسس على مواقف عملية تتعلق بتسعير سلع وخدمات.			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية و المدمج	٣٠	٪١٠٠
٢	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	أخرى تطبيقي		
	المجموع	٣٠	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)		
	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	يعرف الطالب المفاهيم الأساسية للتسعير ويوضح عوامل وطرق التسعير واستراتيجياته	P-1ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات والعروض واوراق العمل
1.2	يشرح للطالب العوامل المؤثرة على التسعير وطرق تسعير الخدمات والسلع	P-1ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات والعروض واوراق العمل
1.3				
2.0	المهارات			
2.1	يستخدم الأدوات المختلفة في جمع وتبادل المعلومات لطرق التسعير	م-2	اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/	مقياس سلالم التقدير كتابة التقارير واوراق العمل
2.2	يستخدم الانترنت للدخول لتطبيقات البيع الإلكتروني والمقارنة بين الاسعار	م-2	اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	التقييم بالمشاريع العلمية التقييم القائم على المناقشات الاختبارات العملية الواجبات التطبيقية
...				
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التسويقية.	ق-1	الانشطة الفردية	بطاقات الملاحظ والتطبيقات العملية
3.2	يتحرى الدقة والسرعة في التصرف بمسؤولية تجاه مواقف العمل.	ق-1	حل المشكلات	بطاقات الملاحظة والتطبيقات العملية
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريبية المتوقعة
١	ماهية السعر وأهدافه	٢
٢	مفهوم تسعير المنتجات	١
٣	أهمية التسعير	١
٤	خطوات عملية التسعير	٢
٥	اهداف التسعير	١
٦	اهداف التسعير المتعلقة بالربحية	٢
٧	اهداف التسعير المتعلقة بالمبيعات	١
٨	اهداف التسعير وفق المنافسين	١
٩	العوامل المؤثرة في التسعير	٢
١٠	العوامل الداخلية و الخارجية المؤثرة في قرارات التسعير	٢
١١	طرق التسعير	١
١٢	استراتيجيات التسعير	٢
١٣	التسعير بناءً على المنافسة	١
١٤	دور التسعير في المزيج التسويقي	٢
١٥	التسعير الاحتكاري	١
١٦	تأثير البيئة الاقتصادية في عملية التسعير	٢
١٧	تسعير سلع المستهلك النهائي والصناعي	٢
١٨	تسعير الخدمات	١
١٩	التسعير الدولي	١
٢٠	التسعير على الأنترنت	٢
المجموع		٣٠

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
٣	الاختبار الفصلي اول	٨	٪٣٠
٤	الاختبار الفصلي الثاني	١٦	٪٢٠
٥	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٪٥٠
...	المجموع		٪١٠٠

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	التسعير بين النظرية والتطبيق، خالد عبد المنعم البستنجي- دار وائل للنشر، عمان ٢٠١٦م
المراجع المساندة	■ سياسات التسعير، أ.د. زكريا احمد عزام و أ.د. علي فلاح الزعبي، عمان (دار المسيرة للنشر والتوزيع) طبعة ٢٠١٩م
المصادر الإلكترونية	المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها)
أخرى	مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب

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، اعضاء 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

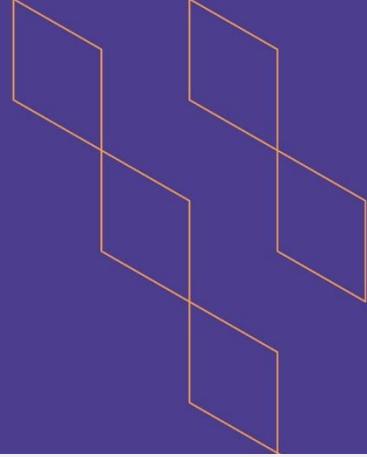




T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة قنوات التوزيع

رمز المقرر: ٢٧٥ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠١/١٢ 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
٥	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:		٣ ساعات	
٢. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	√	√
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الرابع	
٤. الوصف العام للمقرر: يتضمن المقرر مفاهيم وأهمية وظيفة التوزيع وأبعادها والوظائف التسويقية التي يتم ممارستها في كل من مؤسسات السماسرة والوكلاء ومؤسسات التجزئة ومؤسسات الجملة والتعرف على جوانب وظيفتي النقل والتخزين في المنظمات التسويقية المختلفة (نظام التوزيع المادي) والاختلافات بين أنظمة التوزيع في مجالات السلع ومجال الخدمات والمجال الدولي.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): مقدمة في التسويق ١٦١ تسق-٣			
٦. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر			
١. تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة التوزيع والامداد.			
٢. تعريف الطالب بأهمية بيئة ادارة التوزيع.			
٣. اطلاع الطالب على استراتيجيات وادارة التوزيع اضافة الى التعرف على ماهية قنوات التوزيع.			
٤. تعريف الطالب على العلاقة التي تربط بين قنوات التوزيع والخدمات.			
٥ - توضيح الدور الهام والحيوي وتسييل الضوء على المفاهيم الأساسية للوسطاء ومؤسسات التجزئة في ادارة التوزيع			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية و المدمج	٤٥	٪١٠٠
٢	التعليم المدمج		
3	التعليم الالكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	اخرى تطبيقي		
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	١٥×٣ = ٤٥	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	دروس اضافية		
٤	اخرى		
٥	محاضرات		
	الإجمالي	٤٥	٪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	يعرف مفاهيم المزيج التسويقي الموسع وإدارة قنوات التوزيع وأهميتها	ع-1P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يوضح سمات وخصائص قنوات التوزيع وأنواعها	ع-2P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3	يشرح دور إدارة قنوات التوزيع في تسويق السلع والخدمات	ع-3P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يحلل نظم قنوات التوزيع للسلع والخدمات و يعد التقارير الخاصة بزيارة متاجر الجملة والتجزئة	م-1M	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 سلام التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
2.2	يختار الطالب قناة التوزيع المناسبة في مجالات السلع والخدمات والمجال الدولي	م-2P		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التجارية	ق-1P	الانشطة الفردية والجماعية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ بطاقة الملاحظة
3.2	يتحرى الدقة والسرعة في التصرف بمسؤولية تجاه مواقف العمل	ق-2P	التعليم التعاوني	<ul style="list-style-type: none"> ▪ التعليم التطبيقي
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	التوزيع والإمداد الأسس والمفاهيم	٦
٢	إستراتيجية إدارة التوزيع	٦
٣	ماهية قنوات التوزيع	٦
٤	التخطيط لتقديم المنتج	٦
٥	مؤسسات السماسرة والوكلاء	٦
٦	مؤسسات تجارة التجزئة	٣
٧	مؤسسات تجارة الجملة	٣
٨	ماهية نظام التوزيع المادي	٣
٩	قنوات توزيع الخدمات	٣
١٠	قنوات التوزيع الدولي	٣
المجموع		٤٥

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	الاختبار الفصلي الاول	٨	٪٣٠
٢	الاختبار الفصلي الثاني	١٦	٪٢٠
٣	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٪٥٠
...	المجموع		٪١٠٠

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	علي فلاح الزغبى ,إدارة التوزيع مدخل تطبيقي متكامل (عمان :دار المسيرة , ٢٠١٩)
المراجع المساندة	▪ د.هاني الضمور ، ادارة قنوات التوزيع ، دار وائل للطباعة، ٢٠٠٩ عمان-الاردن
المصادر الإلكترونية	▪ https://www.neelwafurat.com/itempage.aspx?id=lbb1 ▪ رابط المكتبة السعودية الرقمية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx رابط مكتبة الملك فهد الوطنية /https://www.kfml.gov.sa
أخرى	مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب

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:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
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 التقويم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:



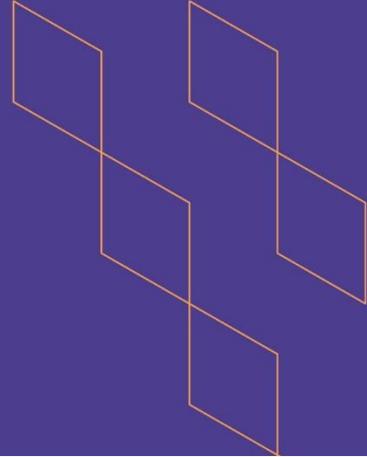
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠ م



T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: تسويق الخدمات

رمز المقرر: ٢٦٣ تسق - ٣

البرنامج: الاعمال والإدارة والقانون

القسم العلمي: التسيير والإدارة

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠٢/١١ 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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات	
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 الرابع	
٤. الوصف العام للمقرر			
<p>يتناول المقرر تزويد الطلاب والطالبات بأحدث المعارف والمبادئ والأسس النظرية لتسويق الخدمات، بما يمكنهم من فهم واستيعاب أساسيات تسويق الخدمات بالمنشآت المختلفة، والفروق القائمة بين تسويق السلع وتسويق الخدمات، وأساليب البيع والترويج للخدمات، والمهارات التسويقية التي يجب توافرها في وكلاء وسماسرة ومدوبي المنشآت الخدمية. بالإضافة إلى تدريب الطلاب والطالبات على بعض الحالات الافتراضية والتطبيقات العملية لتنمية مهاراتهم وقدراتهم في دراسة وتحليل البيئة التسويقية لأجل تخطيط عناصر المزيج التسويقي الخدمي وتحديد الاستراتيجيات المناسبة لتحقيق الأهداف التسويقية. واستخدام أدوات خلق الميزة التنافسية في المنشآت الخدمية.</p>			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)			
٦١ تسق ٢			
٦. المتطلبات المتميزة مع هذا المقرر (إن وجدت)			
لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر			
<p>يهدف هذا المقرر الي</p> <ol style="list-style-type: none"> ١- توجيه الاهتمام نحو التحديات الفريدة المتلازمة مع تسويق وإدارة الخدمات. ٢- تعلم الاستراتيجيات، الأدوات والمداخل الضرورية لدراسة التحديات المميزة في التعامل مع موضوع تسويق وإدارة الخدمة. ٣- تنمية المعرفة والمهارات الضرورية بجودة الخدمة والاستعداد لتطبيقها في مواقف أعمال فعلية. ٤- تكوين فئة من موظفي الخدمات التسويقية أكثر حساسية وفعالية للمستهلك من خلال فهم معوقات الخدمة من ناحية التصميم والتقديم والاتصال. 			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم اعتيادي	١٥ × ٣ = ٤٥	٪١٠٠
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي		
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	١٥ × ٣ = ٤٥	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)		
	الإجمالي	٤٥	٪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	يعرف المزيج التسويقي بالنسبة للخدمات بالتركيز على العميل	ع-1P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
1.2	يوضح سمات وخصائص الخدمة وتصنيفها	ع-2P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
1.3	يشرح دور الموظفين والعملاء في تقديم الخدمات	ع-3P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
2	المهارات			
2.1	يطبق المزيج التسويقي الخدمي في القطاع الخدمي	م-1M	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 سلام ■ التقدير ■ كتابة التقارير ■ التقييم بالمشاريع العلمية ■ التقييم القائم على المناقشات ■ الاختبارات العملية ■ الواجبات التطبيقية ■ البحوث
2.2	يقيم دورة حياة الخدمة ومرآحها	م-2M		
3	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التسويقية الخدمية.	ق-1P	الانشطة الفردية والجماعية	■ بطاقة الملاحظة
3.2	يتحرى الدقة والتصرف بمسؤولية تجاه العملاء	ق-2P	التعليم التعاوني	التعليم التطبيقي
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مدخل الى تسويق الخدمات، ماهية تسويق الخدمات، والتطور والمزيج التسويقي للخدمات.	٥
٢	البيئة التسويقية للخدمات.	٤
٣	سمات وخصائص الخدمة وتصنيفاتها.	٥
٤	استخدام المفاهيم والنظريات الأساسية المتعلقة بتسويق الخدمات.	٤
٥	الخدمة الجوهرية والخدمات التكميلية.	٥
٦	دورة حياة الخدمة ومراحلها.	٤
٧	تصميم الخدمات وتسويقها، تحديد مكانة الخدمة في السوق.	٥
٨	التعامل مع بيئة الخدمات.	٤
٩	أنظمة الخدمة واستراتيجيتها، تصميم الخدمة وابتكار وتطوير الخدمات الجديدة.	٥
١٠	جودة الخدمة (تسعير الخدمات، توزيع الخدمات، ترويج الخدمات).	4
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الفصلي الاول	٨	٣٠٪
٢	الاختبار الفصلي الثاني	١٦	٢٠٪
٣	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠٪

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

تسويق الخدمات، هاني الضمور، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٢١م	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> ▪ تسويق الخدمات وتطبيقاته، زكي المساعد، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٦م ▪ تسويق الخدمات، حميد الطائي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٠م 	المراجع المساندة
- http://www.jmtp-online.org/ - https://mawdoo3.com	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:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
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	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	الاستبانات/ بطاقة الملاحظة
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	اعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات
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:



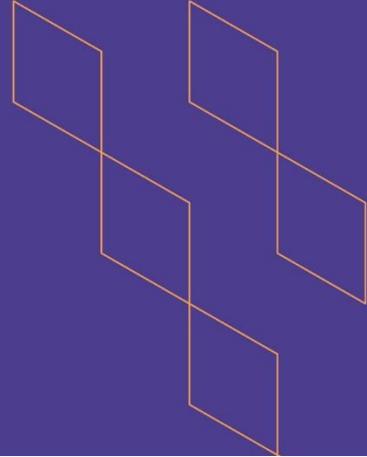
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	14430903 - 0099 - 00007
تاريخ الجلسة	2022 / 04 / 04 12:30م



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
١	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	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

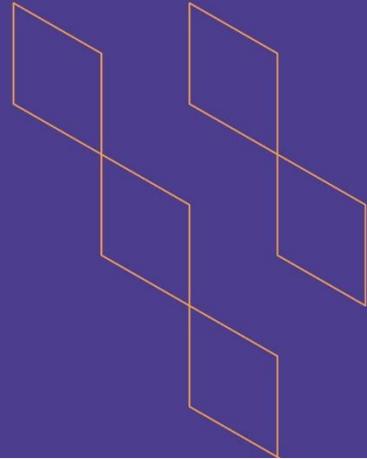




T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: بحوث التسويق

رمز المقرر: ٢٦٦ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: ٢٠٢٢ T-104

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/١/٩هـ





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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار	
ب. إجباري	اختياري	√	√	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الأولى/ المستوى الثاني		
٤. الوصف العام للمقرر				
يتناول هذا المقرر تعريف بحوث التسويق، وأهمية بحوث التسويق لمتخذ القرار التسويقي في منظمات الأعمال الربحية وغير الربحية، والعمليات الخاصة بتنظيم بحوث التسويق، إضافة إلى أنواع البحوث التسويقية المستخدمة وتصنيفاتها المختلفة، وكيفية إعداد الاستبانة لتجميع البيانات المطلوبة، والعينات وأنواعها. إضافة إلى تدريب تطبيقي حول مراحل إعداد البحوث التسويقية من تحديد المشكلة والتحليل والبيانات اللازمة لإتمام البحوث التسويقية ومصادر ها، واستخدام المنهج العلمي في إدارتها، ومعرفة آليات القياس وتحضير العينات.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم اعتيادي	30	67%
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	33%
	المجموع	٤٥	100%

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	45	67%
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	١٥	٣٣%
	الإجمالي	45	100%

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	يعرف المفاهيم الأساسية والمصطلحات المرتبطة ببحوث التسويق	ع-١	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يصف الفارق بين بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية	ع-٢	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3	يشرح العينات وطرق اختيارها وتصميم استمارة الاستقصاء وجمع البيانات	ع-٣	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يطبق خطوات البحث التسويقي.	م-١	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 سلالم التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
2.2	يستخدم طرق جمع البيانات في بحوث التسويق ويحلل انواع العينات المختلفة.	م-٢		
...		م-٣		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.1	يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل المشكلات التسويقية	ق-2-P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	يتحلى الطالب بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.		التعليم التعاوني	
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة في أهمية بحوث التسويق وطبيعتها	٣
٢	بيئة البحوث التسويقية	٣
٣	انواع البحوث التسويقية	٤
٤	مصادر وجمع البيانات ونماذجها	٣
٥	العينات وأنواعها في البحوث التسويقية	٣
٦	طرق تحليل البيانات	٣
٧	خطوات إعداد البحث التسويقي	٢
٨	الاستخدامات الإدارية لبحوث التسويق	٣
٩	دور بحوث التسويق في اتخاذ القرار التسويقي	٢
١٠	القياس وأدواته في البحوث التسويقية	٤
	المجموع	٣٠
١٣	تدريب عن كيفية جمع العينات	٢
١٤	تدريب عن كيفية تحليل البيانات	٢
١٥	تدريب تطبيقي حول فن واعداد وتصميم البحوث التسويقية	٢
١٦	حلقة نقاشية عن أثر البحث التسويقي على عملية الشراء والبيع	١
١٧	ورقة عن مهارات استخلاص النتائج وكتابة التقارير النهائية للبحث	٢

٢	ورقة عمل حول التحلي بالضوابط الأخلاقية في البحث التسويقي	١٨
٢	سمنار حول اجراء المقابلات الشخصية لجمع المعلومات ميدانيا وتنمية هذه المهارة للطلاب	١٩
٢	تدريب الطالب على التعبير عن رايه فيما يتم طرحه من موضوعات تتعلق ببحوث التسويق وتطبيقها	٢٠
١٥	المجموع	
٤٥	المجموع الكلي	

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	أولاً: الاختبار الفصلي الاول	٨	٢٠ درجة تمثل ٢٠٪
٢	أولاً: تطبيقات عملية	١٦	٣٠ درجة تمثل ٣٠٪
٣	أولاً: الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠ درجة تمثل ٥٠٪

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

بحوث التسويق، سعيد علي العضاضي وآخرون، دار خوارزم العلمية للنشر، جدة. ٢٠١٨م	المرجع الرئيس للمقرر
بحوث التسويق، أ. د. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، مكتبة الرشد الطبعة الأولى ٢٠١٦م بحوث التسويق (مدخل منهجي وتطبيقي). دكتور علي فلاح الزعبي، الطبعة الأولى، ٢٠١٧، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع عمان، الاردن.	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة أل CD أو الفيديو أو غيرها)	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

و. تقويم جودة المقرر:

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

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

ز. اعتماد التوصيف:



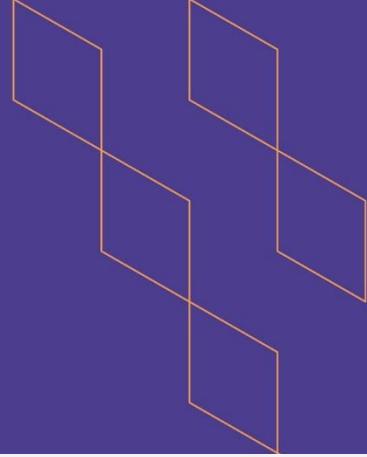
مجلس قسم العلوم الإدارية	جهة الاعتماد
٠٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣	رقم الجلسة
١٢:٣٠ / ٠٤ / ٢٠٢٢ م	تاريخ الجلسة



T-104

2022

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: التسويق الاستراتيجي

رمز المقرر: 276 تسق-3

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: 1445/02/11هـ





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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات	
٢. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	√	√
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الخامس	
٤. الوصف العام للمقرر: يتناول المقرر تزويد الطلاب والطالبات بأحدث المعارف والمبادئ والأسس النظرية للتسويق الاستراتيجي، بما يمكنهم من فهم واستيعاب أساسيات التسويق الاستراتيجي وابعاده بالمنشآت المختلفة، ومفهوم وطبيعة التحليل البيئي، والخيارات الاستراتيجية للمنظمة، واستراتيجيات السوق المستهدف، واستراتيجيات المزيج التسويقي، واستراتيجيات التسويق الدولي.			
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			
١- تعريف الطلاب والطالبات بطبيعة وأهمية التسويق الاستراتيجي من حيث المفهوم ومجالات وأنواع استراتيجيات التسويق			
٢- التعرف بكيفية صياغة وتصميم واختيار الاستراتيجية التسويقية خاصة استراتيجيات المنافسة.			
٣- التعرف بأهم استراتيجيات المزيج التسويقي وخطة التسويق الاستراتيجي.			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	٤٥	%١٠٠
٤	التعليم عن بعد		
	المجموع	٤٥	%١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٥ = ١٥ × ٣	%١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)		
	الإجمالي	٤٥	%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	يوضح أهمية التخطيط التسويقي الاستراتيجي سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة	P-١ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
1.2	يشرح طبيعة وأبعاد استراتيجيات السوق المستهدف واستراتيجيات وعناصر المزيج التسويقي واستراتيجيات التسويق الدولي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة.	P-٢ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يطبق استراتيجيات التسويق	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
٢,٢	يميز بين مستويات العمل في السوق على ضوء الاستراتيجيات والأهداف المرسومة مستعيناً بالصورة البيانية في إيضاح المعنى	M-٢م		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التسويقية الاستراتيجية.	ق-١P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	يتحرى الدقة في جمع البيانات واعداد الخطط.	ق-٢P	التعليم التعاوني	التعليم التطبيقي
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مدخل في التسويق الاستراتيجي، مفهوم التسويق الاستراتيجي وابعاده	٥
٢	إدارة التسويق الاستراتيجي.	٤
٣	أسس التسويق الاستراتيجي	٥
٤	تخطيط التسويق الاستراتيجي ووحدات العمل	٤
٥	تحليل البيئة الاستراتيجي	٥
٦	المنافسة والاستراتيجيات التنافسية	٤
٧	استراتيجيات المنظمة واستراتيجيات التسويق.	٥
٨	استراتيجية المزيج التسويقي	٤
٩	خطة التسويق الاستراتيجي	٥
١٠	التعامل مع بيئة التسويق الاستراتيجي وتحليلها .	٤
المجموع		٤٥

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	الاختبار الفصلي الاول	٨	٣٠%
٢	الاختبار الفصلي الثاني	١٦	٢٠%
٣	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠%
...	المجموع		١٠٠%

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

<ul style="list-style-type: none"> التسويق الاستراتيجي، محمود الصميدعي وريده عثمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ٢٠١١م التسويق الاستراتيجي في اطار التنافسية العربية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ٢٠١٨م 	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> أحمد علي سليمان، التسويق الاستراتيجي ط١، الأصول العلمية و التطبيقات العملية، مكتبة الشقري، الرياض، السعودية ٢٠١٠م 	المراجع المساندة
<ul style="list-style-type: none"> www.uobabylon.edu.iq/eprints/pubdoc-11-25988-5012.docx رابط المكتبة السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx رابط مكتبة الملك فهد الوطنية /https://www.kfnl.gov.sa 	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:



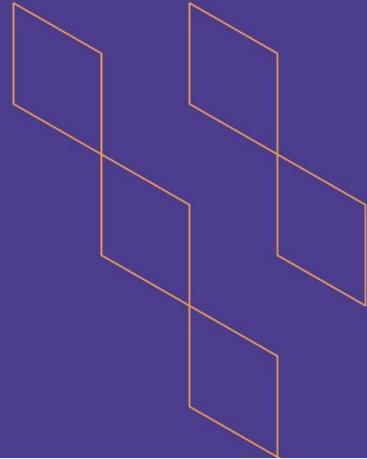
جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠:٣٠ م



T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: نظم المعلومات التسويقية

رمز المقرر: ٢٧٨ تنسق-٣

البرنامج: الاعمال والإدارة والقانون

القسم العلمي: التسيير والادارة

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠١/٧هـ





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
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	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:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار	√
ب. إجباري	اختياري	√		
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الخامس		
١. الوصف العام للمقرر:				
يحتوي هذا المقرر على مفاهيم عامة لنظام المعلومات ومفهوم المعلومات التسويقية وماهية وطبيعة نظام المعلومات ومراحل تطور نظام المعلومات التسويقية والمخرجات والمدخلات الخاصة بنظام المعلومات وعلاقة نظام المعلومات التسويقية ببيئة النظام واتخاذ القرارات التسويقية، بالإضافة الى تدريب تطبيقي في تشغيل واستخدام نظام المعلومات التسويقية.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) ١٥٣ حال-٢				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر				
يهدف هذا المقرر لتعريف الطالب بمفهوم نظم المعلومات التسويقية، وطبيعة نظام المعلومات التسويقية وأهميته في الوقت الحالي، والمراحل التي مر بها هذا النظام لتطوره، وعلاقة هذا النظام ببقية أنظمة المنظمة وكيف يلعب دور مهم في صناعة القرارات داخل المنظمات.				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	٣٠	٪٦٧
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٣٠	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠ = ١٥ × ٢	٪٦٧
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	٢٠ = ١٥ × ١	٪٣٣
	الإجمالي	٥٠	٪١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف المفاهيم الأساسية لنظام المعلومات التسويقية	ع-1-P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
1.2	يوضح أنواع النظم المختلفة داخل الشركات	ع-2-P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
1.3	يشرح مدخلات ومخرجات نظام المعلومات التسويقية	ع-3-P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يختار بين أنواع المعلومات اللازمة لنظام المعلومات التسويقية	م-2-M	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 سلام ■ التقدير ■ كتابة التقارير
2.2	يستخدم الوسائل الحديثة في التواصل بفاعلية مع العملاء والزبائن	م-2-M		<ul style="list-style-type: none"> ■ التقييم بالمشاريع العلمية ■ التقييم القائم على المناقشات ■ الاختبارات العملية ■ الواجبات التطبيقية ■ البحوث
2.3	يصمم خطط واضحة للمزيج التسويقي المستخدم في نظام المعلومات التسويقية.	م-2-M		الاختبارات والواجبات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.1	يتحرى السرعة في توفير معلومات ذات قيمة لنظام المعلومات التسويقية	ق-1-P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مفهوم المعلومات وأهميتها	٣
٢	مفاهيم عامة حول نظم المعلومات (مفهوم النظام)	٣
٣	مفاهيم عامة حول نظم المعلومات (مفهوم نظم المعلومات)	٣
٤	مفهوم المعلومات التسويقية	٣
٥	ماهية نظام المعلومات التسويقية	٣
٦	طبيعة نظام المعلومات التسويقية	٣
٧	مراحل تطور نظام المعلومات التسويقية	٣
٨	مدخلات ومخرجات نظام المعلومات التسويقية	٣
٩	علاقة نظام المعلومات التسويقية ببقية النظم	٣
١٠	نظام المعلومات التسويقية واتخاذ القرارات التسويقية	٣
المجموع		
٣٠		
الجانب التطبيقي للمقرر		
١١	ورقة عمل عن أنواع النظم	١
١٢	تدريب تطبيقي في الحصول على المعلومات التسويقية ومصادرها	٢
١٣	تقرير عن أسباب الاهتمام بنظام المعلومات التسويقية	٢
١٤	تدريب تطبيقي على نظام الاستخبارات التسويقية	٢
١٥	عرض تقديمي عن العلاقة بين نظم المعلومات التسويقية ونظام بحوث التسويق	١
١٦	تدريب تطبيقي عن نظام المعلومات التسويقية وإيجاد المزيج التسويقي	٢
١٧	دراسة حالة عن علاقة نظام المعلومات التسويقية بإدارة الأزمات	٢
١٨	تدريب تطبيقي عن مخطط المعلومات التسويقية لكونتر	١
١٩	تدريب تطبيقي لنموذج مكليود لنظام المعلومات التسويقية	٢
٢٠	مجموع الساعات التطبيقية	١٥
مجموع ساعات المقرر النظرية والتطبيقية		
٤٥		

د. أنشطة تقييم الطلبة

أنشطة 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	الثالث	٣٪
٢	تقييم تطبيقي	الخامس	٣٪
٣	الاختبار الفصلي الأول	الثامن	١٥٪
٤	تقييم تطبيقي	العاشر	٣٪
٥	تقييم تطبيقي	الثالث عشر	٣٪
٦	الاختبار الفصلي الثاني	السادس عشر	١٥٪
٧	تقييم تطبيقي	السابع عشر	٣٪
٦	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠٪

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المدخل الى نظم المعلومات التسويقية، د. التاج محمد علي حامد، الطبعة الثانية ٢٠٢٢م	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> نظام المعلومات التسويقية (مدخل اتخاذ القرار)، أ. خالد قاشي، دار اليازوردي 2018 نظام المعلومات التسويقية ، دكتور فريد كورتل/الاستاذة لحر جكيمة ،دار كنوز المعرفة العلمية ٢٠١٤ م 	المراجع المساندة
<ul style="list-style-type: none"> economy4245-.pdf (archive.org) المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها) رابطالمكتبةالسعوديةالرقمية 	المصادر الإلكترونية
<p>https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfnl.gov.sa</p>	أخرى
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

و. تقويم جودة المقرر:

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

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

ز. اعتماد التوصيف:



مجلس قسم العلوم الإدارية	جهة الاعتماد
14430903 - 0099 - 00007	رقم الجلسة
2022 / 04 / 04 12:30م	تاريخ الجلسة



T-104
2022

توصيف المقرر

اسم المقرر: التسويق الدولي
رمز المقرر: 279 تسق-3
البرنامج: دبلوم التسويق التطبيقي
القسم العلمي: العلوم الإدارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية T 104 2022
تاريخ آخر مراجعة: 16-1-1445





المحتويات:

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



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي			
١. الساعات المعتمدة:			3
٢. نوع المقرر			
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص
ب.	إجباري	اختياري	متطلب مسار
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية / المستوى الثاني	
٤. الوصف العام للمقرر يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق الدولي وأهميته والنظريات المفسرة للتسويق الدولي وتقييم بيئة الأسواق الدولية. كما يدرس بحوث التسويق الدولي واستراتيجيات تقييم واختيار الأسواق الدولية وعناصر المزيج التسويقي الدولي وإجراءات التبادل في التسويق الدولي.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر - تعريف الطالب بمفاهيم ونظريات التسويق الدولي وتطوره واستراتيجيات الدخول للأسواق الدولية وتهيئة الطلاب بشكل عام للعمل في مجال التسويق الدولي. - تعريف الطالب باستراتيجيات التسويق المتعلقة بالتوسع في الأسواق الدولية وتحليل الأسواق الدولية واختيار الأسواق الدولية وسياسات المنتجات الدولية وتسعيرها وترويجها وتوزيعها.			

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45	%100
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
المجموع			%100

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45 = 15×3	%100
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
الإجمالي		45	%100

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	يعرف الطالب مفاهيم ونظريات التسويق الدولي الأساسية	P-١ع	المحاضرات عروض تقديمية	الاختبارات والواجبات
1.2	يشرح الطالب الاستراتيجيات والسياسات التي تتبعها الشركات في تقييم الأسواق الدولية والدخول الى الأسواق الدولية في مجالات المنتجات. التسعير - الترويج-التوزيع	P-٣ع	المحاضرات عروض تقديمية	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يشارك الطالب في عمل المزيج التسويقي مراعيًا الاعتبارات الاستراتيجية المؤثرة فيه	M-١م	المناقشة والحوار حل المشكلات البيان العلمي ورش العمل الانشطة الجماعية للتعليم التعاوني دراسة الحالة	مقياس سلالمة التقدير كتابة التقارير التقييم بالمشاريع العلمية التقييم القائم على المناقشات الاختبارات العملية الواجبات التطبيقية البحوث
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل باحترافية مع البائعين في الأسواق الدولية	ق-١P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	يتواصل بفعالية مع العملاء في الأسواق الدولية	ق-٢P	التعليم التعاوني	التعليم التطبيقي

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مفهوم التسويق الدولي	3
٢	النظريات المفسرة للتسويق الدولي	3
٣	تقييم بيئة التسويق الدولي	3
٤	بحوث التسويق الدولي	3
٥	استراتيجيات تقييم واختيار الأسواق الدولية	6
٦	عناصر مزيج التسويق الدولي - المنتجات الدولية	6
٧	عناصر مزيج التسويق الدولي - التسعير الدولي	6
٨	عناصر مزيج التسويق الدولي - الترويج الدولي	6
٩	عناصر مزيج التسويق الدولي - التوزيع الدولي	6
١٠	إجراءات التبادل في التسويق الدولي	3
	المجموع	45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الشهري الأول (تحريري)	الأسبوع الخامس	20%
٢	الاختبار الشهري الثاني (تحريري)	الأسبوع التاسع	20%
٣	مطلوبات مختلفة	خلال الفصل	10%
٤	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	50%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	التسويق الدولي، عبد الرحمن عبد الله الصغير، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان-الأردن ٢٠١٩م
المراجع المساندة	التسويق الدولي، أ.د. بديع جميل قدو، دار الميسرة للنشر والتوزيع-عمان، الاردن ٢٠٢٠م
المصادر الإلكترونية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ www.uobabylon.edu.iq/eprints/pubdoc-11-25988-5012.docx ▪ رابط المكتبة السعودية الرقمية ▪ https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx ▪ رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfml.gov.sa
أخرى	مواقع تعليمية أخرى مثل موقع اليوتيوب

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 سيورة ذكية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيورة 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:

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

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	00007-0099-14430903
تاريخ الجلسة	12:30 04-04-2022



T-104
2022

توصيف المقرر

اسم المقرر:	التدريب الميداني 2
رمز المقرر:	282 تسق - 5
البرنامج:	دبلوم التسويق التطبيقي
القسم العلمي:	العلوم الادارية
الكلية:	التطبيقية
المؤسسة:	جامعة نجران
نسخة التوصيف:	الثانية T-104 2022
تاريخ آخر مراجعة:	16-1-1445



المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	ب. مخرجات التعلم وطرق التدريب والتقييم
3	١. مخرجات التعلم المستهدفة في الخبرة الميدانية
3	٢. ربط مخرجات التعلم مع كل من طرق/ أنشطة التدريب والتقييم
4	٣. تقييم مخرجات التعلم للخبرة الميدانية
4	ج. الجدول الزمني لتقييم الطلبة
4	د. مسؤولية التقييم
5	هـ. إدارة الخبرة الميدانية
5	١. مواقع الخبرة الميدانية
5	٢. الطاقم الإشرافي
6	٣. المسؤوليات
6	٤. تنفيذ الخبرة الميدانية
7	٥. إدارة السلامة والمخاطر
7	و. تقويم جودة التدريب
7	ز. اعتماد التوصيف

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة: 5
٢. السنة / المستوى الذي تقدم فيه الخبرة الميدانية: الثالثة / الأول
٣. الأوقات المخصصة لأنشطة الخبرة الميدانية: ○ عدد الأسابيع: (15) أسبوع ○ عدد الأيام: (5) يوم/الأسبوع ○ عدد الساعات: (6) ساعات/ اليوم
٤. المتطلبات السابقة للاتحاق بالخبرة الميدانية (إن وجدت) إكمال دراسة جميع مقررات الخطة الدراسية في الفصول الأربع السابقة

ب. مخرجات التعلم وطرق التدريب والتقييم
 ١. مخرجات التعلم المستهدفة في الخبرة الميدانية

رمز مخرج تعلم البرنامج المرتبط به	مخرجات التعلم المستهدفة
	1 المعرفة والفهم
P-١ع	1.1 يتعرف الطالب على مكان التدريب والأنظمة وطبيعة النشاط السائد
P-٢ع	1.2 يصف جهة العمل بتفاصيلها الإدارية وأساليبها وربطها مع ما تم دراسته من نظريات ومهارات
P-٣ع	1.3 يشرح المشاكل الإدارية في وظائف التسويق التي واجته أثناء فترة التدريب
	2 المهارات
M-١م	2.1 يطبق المهارات والنظريات والمعارف التي اكتسبها أثناء دراسته
M-٢م	2.2 يحلل المشاكل والصوبات التي تواجه جهة التدريب ويقترح الحلول لها
	3 القيم
M	3.1 يتعامل مع بيئة العمل بمهنية ومسؤولية

٢. ربط مخرجات التعلم مع كل من طرق/ أنشطة التدريب والتقييم

الرمز	مخرجات التعلم	طرق/ أنشطة التدريب	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم		
1.1	يتعرف الطالب على مكان التدريب والأنظمة وطبيعة النشاط السائد	توعية المتدرب بواقع التدريب قبل النزول الى الموقع.	- تقييم جهة التدريب والذي يقيس المهارات المكتسبة خلال التدريب والاعتماد على الذات. - تقييم المشرف الميداني
1.2	يصف جهة العمل بتفاصيلها الإدارية وأساليبها وربطها مع ما تم دراسته من نظريات ومهارات	-المبادرة بطرح الحلول للقضايا الادارية التي يواجهها في بيئة التدريب -التقويم من قبل جهة التدريب، والذي يقيس المهارات المكتسبة خلال التدريب.	تقييم لجنة التدريب للتقارير المكتوبة التي يعدها الطالب.

1.3	يشرح المشاكل الإدارية في وظائف التسويق التي واجهته اثناء فترة التدريب	-المبادرة بطرح الحلول للقضايا الادارية التي يواجهها في بيئة التدريب	يتم تقييم التقرير من خلال استمارة التقييم المتدرج RUBRICS
2.0	المهارات		
2.1	يطبق المهارات والنظريات والمعارف التي اكتسبها اثناء دراسته	- القيام باستكمال بعض المهام والواجبات بإشراف المشرف	نماذج التقييم والمناقشة والملاحظة
2.2	يحلل المشاكل والصوبات التي تواجه جهة التدريب ويقترح الحلول لها	- مساعدة المتدرب على التفكير المنطقي لحل المشاكل من خلال خطوات محددة ومتسلسلة	نماذج التقييم والمناقشة والملاحظة
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية		
3.1	يتعامل مع بيئة العمل بمهنية ومسؤولية	-المناقشات الفردية والجماعية -العروض التقديمية	بطاقات الملاحظة دراسة حالة التقارير

٣. تقييم مخرجات التعلم للخبرة الميدانية
ج. الجدول الزمني لتقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	تقديم التقرير الأول من قبل الطالب الذي يشرح فيه طبيعة النشاط التسويقي بالمنظمة التي يتدرب بها وإجراءات ونظم العمل في تصميم عناصر المزيج التسويقي.	الثالث	10%
٢	التقرير الثاني يتناول فيه بيئة العمل الداخلية ومدى الالتزام بالدوام وإنجاز الأعمال المطلوبة منه وتعاون إدارة المنظمة في ذلك والمحافظة على أدوات ومعدات العمل	الثامن	10%
٣	كتابة التقرير النهائي والذي يشتمل على نبذة تعريفية عن جهة التدريب والهيكل التنظيمي والإدارات والأقسام واللوائح والأنظمة ثم توضيح المهام والاعمال التي قام بها اثناء فترة التدريب ومدى تعاون الأقسام والإدارة معه ثم بعد ذلك يشرح مدى الاستفادة من التدريب والفرق بين ما درسه من نظريات في تخصص التسويق وما تعرف عليه اثناء فترة التدريب، الالتزام بإعداد التقرير بصورة علمية ومنهجية وأخيرا اهم النتائج والتوصيات	الرابع عشر	20%
٤	يقدم الطالب عرض تقديمي للتقرير الذي قام بإعداده للجنة التدريب بالقسم	الرابع عشر	20%
٥	تقدم جهة التدريب تقييماً للطالب اثناء فترة التدريب من خلال النموذج المعد لذلك	الرابع عشر	40%

أنشطة التقييم (اختبار تطبيقي، شفهي، عرض تقديمي، مشروع، واجبات، ورقة عمل، تقارير الخ)
د. مسؤولية التقييم.

م	الفئة	مسؤولية التقييم
١	عضو هيئة التدريس	<ul style="list-style-type: none"> تقييم المشرف من واقع الزيارات الميدانية تقييم المتدرب من خلال سجل الحضور والانصراف المعتمد من جهة التدريب تقييم إخراج وكتابة التقرير ولغته ومناقشته

٢	المشرف الميداني	<ul style="list-style-type: none"> ■ الحضور والمواظبة في أوقات الدوام الرسمية ■ القدرة على التطبيق العملي للمعارف والمهارات ■ الطموح والرغبة في التعلم واكتساب خبرة جديدة ■ الرغبة في التعاون والمشاركة في العمل ■ حسن التعامل مع الزملاء والاهتمام بالمظهر والسلوك العام ■ مدى الالتزام بلوائح وانظمة المنشأة ■ مستوى الأداء والانتاجية ■ القدرة على استعمال أدوات العمل والمحافظة عليها
٣	■ أخرى (تذكر)	لا توجد

هـ. إدارة الخبرة الميدانية
١. مواقع الخبرة الميدانية
أ. متطلبات مواقع الخبرة الميدانية

المتطلبات الخاصة**	المتطلبات العامة *	مواقع الخبرة الميدانية المقترحة
إرشادات لاستخدام الأدوات والأجهزة	جهاز حاسب آلي مرتبط بشبكة جهة التدريب والانترنت	الجامعة- المصانع والشركات - الامانات البلدية - البنوك -البريد - الكهرباء-شركات الاتصالات- شركات السيارات

* مثل : توفر تقنية معلومات، التجهيزات، المعامل، القاعات، السكن، مصادر التعلم، العيادات... الخ
** متطلبات خاصة بالمؤسسة محل التدريب أو مرتبطة بطبيعة التخصص، مثل: معايير السلامة والتعامل مع المرضى في التخصصات الطبية... الخ

ب. الإجراءات المتبعة لاتخاذ القرار بشأن تحديد مواقع الخبرة الميدانية المناسبة

<p>تتولى لجنة التدريب بالكلية مهمة التنسيق مع الشركات والمؤسسات بهدف متابعة البرنامج التدريبي لجميع الطلاب المرشحين للتدريب، كما يُطلب من الجهة التدريبية التي يرغب الطالب التدرّب بها تحديد مجال التدريب وطبيعته لتسهيل حصول الطالب على الموافقة من اللجنة التي سوف تزوده بالموافقة الرسمية وغيرها من المعلومات التي تطلبها جهة التدريب، وفي جميع الحالات فإن على الطالب مراجعة اللجنة لإكمال الإجراءات المطلوبة قبل مغادرة الجامعة لجهة التدريب. ثم يعقب ذلك الاجراءات التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - الزيارة الميدانية والتأكد من مناسبة المكان للتدريب. - مقابلة مدير الفرع الو الموقع - ارسال الطالب المتدرب - ارسال نماذج التقييم والحضور والانصراف
--

٢. الطاقم الإشرافي
أ. اختيار الطاقم الإشرافي

عناصر الاختيار	المشرف الميداني	عضو هيئة التدريس
المؤهلات	بكالوريوس-ماجستير	دكتوراه - ماجستير
ضوابط الاختيار	<ul style="list-style-type: none"> ■ اختيار الموظف الذي تتوفر فيه الخبرة الاكاديمية والعملية في مجال التسويق وإدارة الاعمال ■ أن يكون مشرف من جانب جهة مكان التدريب مؤهل حيث لا يقل تأهيله عن درجة البكالوريوس. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ اختيار العضو الذي تتوفر فيه الخبرة الاكاديمية والعملية في التسويق وإدارة الاعمال. ■ أن يكون مشرف من جانب القسم الأكاديمي مؤهل حيث لا يقل تأهيله عن درجة الماجستير او الدكتوراه.

ب. تأهيل وتدريب الطاقم الإشرافي

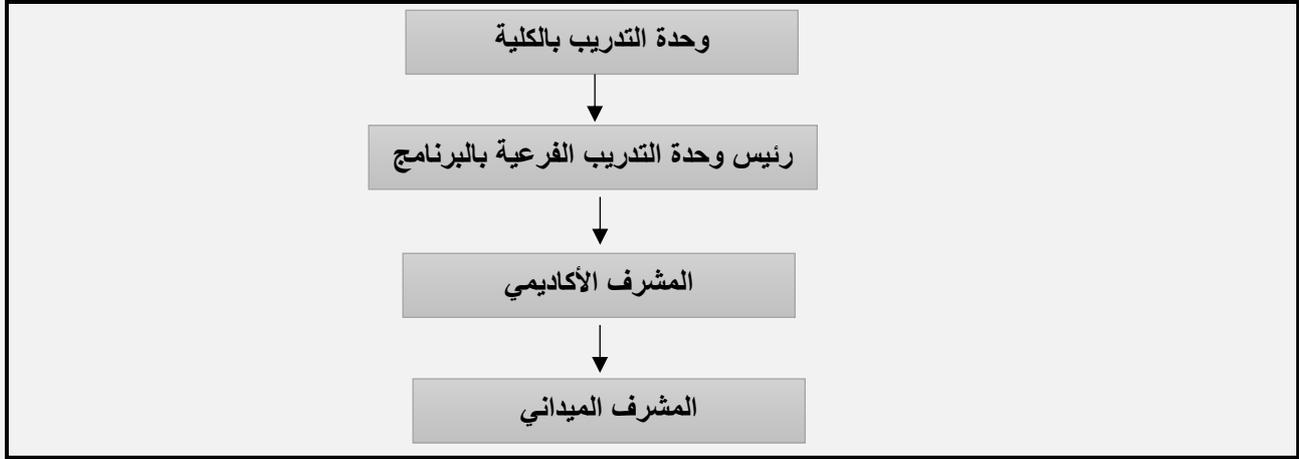
يتضمن الإجراءات والأنشطة المتبعة لتأهيل وتدريب الطاقم الإشرافي على عمليات الإشراف وتنفيذ الأنشطة التدريبية ومتابعة وتقييم الطلبة الخ.....

- تقديم خدمة الإرشاد للمشرفين من إدارة التدريب الميداني بالكلية.
- كيفية كتابة التقارير عن سير العمل بجهة التدريب.
- كيفية تعبئة نماذج التدريب التعاوني.

هـ. المسؤوليات

أ. الهيكل التنظيمي لمسؤوليات الخبرة الميدانية

يتضمن الوحدات أو الإدارات واللجان المسؤولة عن الخبرة الميدانية بما يتضح به العلاقات بينها:



ب. توزيع مسؤوليات أنشطة الخبرة الميدانية

المشرف الميداني	جهة التدريب	الطالب	عضو هيئة التدريس	القسم أو الكلية	النشاط
				√	اختيار موقع الخبرة الميدانية
				√	اختيار الطاقم الإشرافي
√	√		√	√	توفير التجهيزات المطلوبة
√	√		√	√	توفير مصادر التعلم
				√	التأكد من سلامة الموقع
		√			التنقل من وإلى موقع الخبرة الميدانية
√	√		√	√	تقديم الدعم والإرشاد
		√			تنفيذ أنشطة التدريب (الواجبات والتقارير والمشاريع،
√			√		متابعة أنشطة تدريب الطلاب
	√				ضبط الحضور والانصراف
			√	√	تقويم مخرجات التعلم
			√	√	تقويم جودة الخبرة الميدانية
					أخرى (تذكر)

٤. تنفيذ الخبرة الميدانية:
أ. آلية الإشراف والمتابعة:

- يتم قبل التدريب إبلاغ الطلاب بالتزاماتهم خلال فترة التدريب، وآلية تقييم التدريب، والزيارات الميدانية التي سيقوم بها المشرف من الكلية للتحقق من جدية المتدرب وجهة التدريب
- تخصص الكلية لكل عدد من الطلاب مشرف أكاديمي من الكلية لمتابعة التزام الطالب وجهة التدريب بمتطلبات التدريب وذلك من خلال زيارة اسبوعياً خلال مدة التدريب، ويتم تقييم الزيارات الميدانية من خلال نموذج مخصص لذلك.
- يكلف مشرف من جهة التدريب (المشرف الميداني) للإشراف على تدريب الطالب وتقييمه في نهاية التدريب، وفق نموذج سلم له في بداية التدريب.
- للمشرف من الكلية الاتصال في أي وقت خلال الدوام الرسمي بالطالب المتدرب للتحقق من التزامه بالتدريب. كما يحق للطالب الاتصال بالمشرف خلال وقت الدوام لغرض الاستشارة والاستفادة من المشرف في أي مشكلة يواجهها في التدريب.

ب. أنشطة الإرشاد والدعم الطلابي:

- تقديم خدمة التوجيه والإرشاد للمتدربين من المشرف الأكاديمي.
- تقديم خدمة الإرشاد والتوجيه للمتدربين من مشرف التدريب بجهة التدريب (المشرف الميداني).

٥. إدارة السلامة والمخاطر

المخاطر المحتملة	إجراءات الوقاية	إجراءات التعامل مع المخاطر
COVID19	اخذ الاحترازمات الصحية اللازمة وفق ما جاء من الجهات المختصة	تقديم التوعية بالالتزام بالاحترازمات الصحية
الحريق	توفر وسائل الامن والسلامة	التدريب على استخدام وائل الامن والسلامة عن حدوث الحريق

د. تقويم جودة التدريب:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
مخرجات تعلم الطلاب	مشرف التدريب التعاوني	استمارة تقييم
الخبرة الميدانية	لجنة التدريب التعاوني	استمارة تقييم
عضو هيئة التدريس المكلف بالتدريب الميداني	رئيس القسم	استمارة تقييم
المشرف الميداني	المشرف الأكاديمي والطلاب	الاستبانة
موقع الخبرة الميدانية	المشرف الأكاديمي والطلاب	الاستبانة

مجالات التقويم (مثل: فاعلية التدريب، فاعلية طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم، مصادر التعلم ... إلخ) المقيمون (الطلبة، الطاقم الإشرافي، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها) طرق التقييم (مباشر وغير مباشر)

ز. اعتماد التوصيف:

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