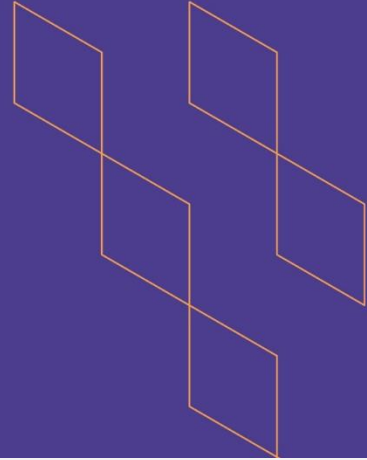




T-١٠٤  
٢٠٢٢

## توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: التسويق
رمز المقرر: ٢٦٩ تسق-٣
البرنامج: ادارة الاعمال
القسم العلمي: العلوم الادارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية T-104 2022
تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/١/٤هـ



## 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
٦	١. قائمة المراجع ومصادر التعلم
٦	٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة
٦	و. تقويم جودة المقرر
٧	ز. اعتماد التوصيف

## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي			
١. الساعات المعتمدة:			
٢. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	√	متطلب مسار
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر الثانية		المستوى - الثالث	
٤. الوصف العام للمقرر يتضمن التعريف بالمفهوم الحديث للتسويق وأبعاده من خلال دراسة وظائفه ومجالاته ودراسة البيئة التسويقية وسلوك المستهلك، وعلى الطالب الالمام 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 الالكتروني وتطبيقاته.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) - مبادئ إدارة لأعمال			
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر اكتساب المعارف الازمة حول المفاهيم الأساسية المرتبطة بالمزيج التسويقي للممارسات التسويقية في العمل المستقبلي للطلاب ، حيث يتناول هذا المقرر المعارف المتعلقة بوظائف التسويق وأنشطته في سياق همل المنظمات والبيئة التسويقية المحطة بهذه العملية وتجزئة السوق وسلوك المستهلك ( النهائي و الصناعي ) الشرائي، كما يتناول المعارف الضرورية المتعلقة بالمزيج التسويقي وعناصره الرئيسية.			

### ١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية والمدمج	٤٥	%١٠٠
٢	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	أخرى تطبيقي		%١٠٠
المجموع			%١٠٠

### ٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٥	%١٠٠
٢	معمل أو أستوديو	-	
٣	دروس إضافية	-	
٤	أخرى (تذكر)	-	
٥	محاضرات	-	
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 لعلم التسويق الحديث	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	الالمام التام بمصطلحات علم التسويق ومكونات العملية التسويقية واستراتيجيات التسويق	p		
...				
2.0	المهارات			
2.1	القدرة على تطبيق المفاهيم والمبادئ التسويقية في الواقع العملي	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"> <li>▪ مقياس سلالم التقدير</li> <li>▪ كتابة التقارير</li> <li>▪ التقييم بالمشاريع العلمية</li> <li>▪ التقييم القائم على المناقشات</li> <li>▪ الاختبارات العملية</li> <li>▪ الواجبات التطبيقية</li> <li>▪ البحوث</li> </ul>
2.2	تحليل سلوك المستهلك للاستفادة من تحقيق رغبات وذوق المستهلك	M		
...				
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	ينجز العمل مع ومن خلال الآخرين		الانشطة الفردية والجماعية التعليم التعاوني	بطاقات الملاحظة
3.2				
...				

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة عن علم التسويق	٣
٢	مراحل تطور علم التسويق	٤
٣	البيئة التسويقية	٣
٤	سلوك المستهلك	٤
٥	تجزئة وتقسيم السوق	٣
٦	بحوث التسويق	٤
٧	السياسات والقرارات الخاصة بالمنتجات	٤
٨	تطوير المنتجات الجديدة	٤
٩	سياسات التسعير	٤
١٠	ادارة التوزيع المادي	٤
١١	ادارة الترويج والمزيج الترويجي	٤
١٢	التجارة الالكترونية	٤
	المجموع	٤٥

## د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الفصلي	٨	٣٠ درجة تمثل ٣٠%
٢	تقييم تطبيقي	١٦	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:

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 الإلكترونية المتوافرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها)	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية أخرى 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 النظر/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل	اعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظر	فاعلية طرق تقييم الطلاب
الاستبانات/ بطاقة الملاحظة	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	مصادر التعلم
ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات	اعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

المقيمون (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
	٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣	رقم الجلسة
	١٢:٣٠ ٠٤ / ٠٤ / ٢٠٢٢ م	تاريخ الجلسة