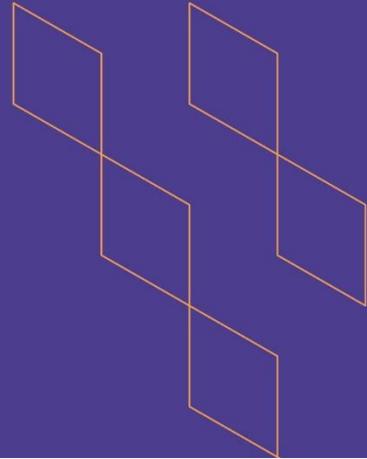




T-104

2022

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: ١٤٤٥/١/٩هـ



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	√	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 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، 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

