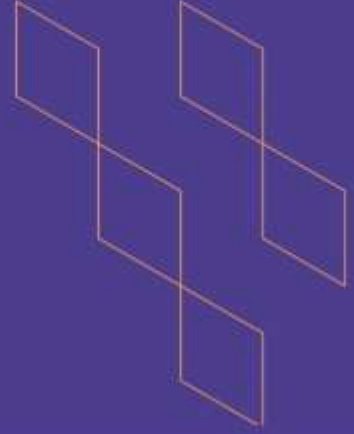




توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



اسم المقرر: مبادئ التسويق
رمز المقرر: ١٠١ تسق-٣
البرنامج: التسويق و التجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق و التجارة الإلكترونية
الكلية: إدارة الأعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: ٢٠٢٣
تاريخ آخر مراجعة: ٢٤-٨-١٤٤٥ هـ



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ٣
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٥
- د. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: ٦
- و. تقويم جودة المقرر: ٦
- ز. اعتماد التوصيف: ٧



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (٣)

٢. نوع المقرر

أ-	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب-	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (الأول)

٤. الوصف العام للمقرر

يقدم هذا المقرر استعراضاً عاماً لنشاط التسويق داخل المنشأة موضحاً من خلاله وظائف التسويق وعناصر المزيج التسويقي والبيئة التسويقية. كما يستعرض المقرر مفهوم تجزئة السوق وأسسها، السلوك الشرائي للمستهلك، قرارات المنتجات، مراحل تطوير المنتجات الجديدة وغيرها من الموضوعات الأخرى في مجال التسويق.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى إعطاء الطالب فكرة شاملة عن جميع موضوعات التسويق بطريقة سهلة وواضحة وإكساب الطالب المهارات التسويقية اللازمة في مجال تصميم عناصر المزيج التسويقي واستخدامها بفعالية وكفاءة داخل السوق بما يعود بالنفع على المنشأة ومهارة تصميم وتطوير المنتجات الجديدة بالإضافة إلى إكسابه مهارة التعامل مع التهديدات والفرص الموجودة في السوق وتحديد نقاط القوة وكيفية الاستفادة منها ونقاط الضعف وكيفية معالجتها في المنشأة.

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم تقليدي		
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	٤٥	%١٠٠
٤	التعليم عن بعد		

٣. 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 نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
المعرفة والفهم				
1.0				
1.1	يعرف: المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتسويق.	١ع	المحاضرات – العصف الذهني والمناقشة والحوار –التعلم الذاتي – عروض تقديمية	الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يذكر: عناصر المزيج التسويقي ، أنواع المنتجات ، أسس تجزئة السوق ، أنواع السلوك الشرائي، أنواع الإعلانات....الخ.	٣ع	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني – الحوار والمناقشة – عروض تقديمية – أسلوب حل المشكلات	الاختبارات الفصلية والنهائية
المهارات				
2.0				
2.1	يطبق : مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي ، مراحل دورة حياة المنتج ، مراحل تطوير المنتجات الجديدة.....الخ.	١م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يحلل : مكونات البيئة التسويقية، مراحل تطور المفهوم التسويقي ، سياسات وطرق التسعير....الخ.	٢م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	الاختبارات الفصلية والنهائية
القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.0				
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	١ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يظهر الطالب القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية	٢ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
	سواء كان ذلك بشكل فردي او ضمن فريق.			
٣,٣	يلتزم الطالب بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	٣ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	الوحدة الأولى: مقدمة في التسويق .	6
٢	الوحدة الثانية : البيئة التسويقية.	3
٣	الوحدة الثالثة : تجزئة السوق.	3
٤	الوحدة الرابعة : سلوك المستهلك.	3
٥	الوحدة الخامسة : سياسات وقرارات المنتجات.	6
٦	الوحدة السادسة: تطوير المنتجات الجديدة .	3
٧	الوحدة السابعة : تسويق الخدمات .	3
٨	الوحدة الثامنة : التسعير.	6
٩	الوحدة التاسعة : الترويج.	6
١٠	الوحدة العاشرة: التوزيع	6
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	إختبار تحريري فصلي	الأسبوع الثامن	%٣٠
٢	واجبات	على مدار الفصل الدراسي	%٢٠
٣	إختبار تحريري نهائي	يحدد من إدارة القبول و التسجيل	%٥٠

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

مبادئ التسويق الحديث: بين النظرية والتطبيق ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، الطبعة رقم 13 ، 2022د. زكريا عزام ، عبد الباسط حسونة ، د. مصطفى الشيخ..	المراجع الرئيس للمقرر
Principles of Marketing: An Intro, by Armstrong, G. and Kotler, P., Published by: Prentice Hall, 10th edition (2011).	المراجع المساندة
١- رابط المكتبة الرقمية السعودية : https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx ٢- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية : https://www.kfml.gov.sa	المصادر الإلكترونية
لا توجد	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ ٤٠ طالب
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	طابعة وسبورة مع اقلام وماسحة سبورة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	مباشر: الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانات الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة.
فاعلية طرق تقييم الطلاب	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط والمناهج	مباشر الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل اتساق أسئلة الاختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الاختبارية).
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	غير مباشر: عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل.
أخرى	عضو هيئة تدريس نظير	مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير

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



طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

