



توصيف المقرر الدراسي

— (بكالوريوس)

اسم المقرر: إدارة التسويق
رمز المقرر: 309 تسق-3
البرنامج: التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: إدارة الأعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 1445-8-24 هـ



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3.....
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 4.....
- ج. موضوعات المقرر: 5.....
- د. أنشطة تقييم الطلبة: 5.....
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6.....
- و. تقويم جودة المقرر: 6.....
- ز. اعتماد التوصيف: 7.....



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3)

2. نوع المقرر

أ	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input 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			

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (الرابع)

4. الوصف العام للمقرر

يصف هذا المقرر مفهوم إدارة التسويق وأهميته ومدى حاجة منظمات الأعمال إليه في تحقيق أهدافها، موضحاً الاستراتيجيات والخطط التي تضعها الإدارة من أجل تسويق منتجات المنظمات في الأسواق المحلية والدولية. كما يصف المقرر الأنشطة البحثية التي تقوم بها إدارة التسويق والهادفة إلى التعرف على احتياجات ورغبات الزبائن من أجل تقديم المنتجات والخدمات التي تشبع هذه الحاجات والرغبات، مع تقديم بعض الأمثلة الواقعية في هذا المجال.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

101 تسق-3

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

التعريف بإدارة التسويق وإعطاء الطالب فكرة شاملة عن نشاط هذه الإدارة داخل المنظمة بطريقة سهلة وواضحة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
	• التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد	45 ساعة	%100

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	%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 نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف: المفاهيم الأساسية المتعلقة وجميع المصطلحات المتعلقة بإدارة التسويق.	2ع	المحاضرات - العصف الذهني والمناقشة والحوار --التعلم الذاتي - عروض تقديمية	الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يذكر: مهام إدارة التسويق و الانتقادات الموجهة لها, أهمية إدارة التسويق , فوائد إدارة التسويق , مراحل صياغة الاستراتيجية التسويقية , مكونات نظم المعلومات التسويقية....الخ.	3ع	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني - الحوار والمناقشة - عروض تقديمية - اسلوب حل المشكلات	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق : مراحل التخطيط الاستراتيجي التسويقي , خطوات بحوث التسويق ..الخ.	1م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يحلل: الاستراتيجيات التي تضعها إدارة التسويق في السوق المحلي (كاستراتيجيات المنتجات، استراتيجيات التسعير، استراتيجيات الإعلان، استراتيجيات السوق، استراتيجيات	3م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	الاختبارات الفصلية والنهائية



الرمز	نواتج التعلم	رموز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
	المبيعات.... الخ) , الاستراتيجيات التي تضعها إدارة التسويق في السوق الدولي .			
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	ق1	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يظهر الطالب القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كان ذلك بشكل فردي أو ضمن فريق.	ق2	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.3	يلتزم الطالب بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	ق3	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مدخل إلى إدارة التسويق	6
2	إستراتيجيات السوق المستهدف	3
3	تطوير وإبتكار المنتجات الجديدة	3
4	التسعير ووضع السياسة السعرية	6
5	الإتصال الترويجي	3
6	تصميم وإدارة قنوات التوزيع	3
7	تخطيط الأنشطة التسويقية	6
8	تنظيم الأنشطة التسويقية	6
9	تنفيذ العمليات التسويقية	3
10	تقييم الأداء التسويقي والرقابة عليه	3
11	المراجعة التسويقية	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	إختبار تحريري فصلي	الأسبوع الثامن	30%
2	واجبات	على مدار الفصل الدراسي	20%
3	إختبار تحريري نهائي	يحدد من إدارة القبول و التسجيل	50%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	إدارة التسويق (مدخل استراتيجي متكامل) , أ.د/ ناجي معلا كلية العلوم الإدارية -جامعة البترا 2021
المراجع المساندة	1- Kotler. F & Keller. J (2012) : Marketing Management, Fourteen Edition, Prentice Hall
	2- Paul Peter . J & Donnelly. H (2009): Marketing Management, Tenth Edition, Mc Graw- Hill International Edition
	3- إدارة التسويق , د/ محمد صادق بازرة , دار النهضة العربية 2002 , جمهورية مصر العربية.
	4- إدارة التسويق الحديث (مدخل معاصر) , د/ علي فلاح الزعبي , دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2016 , عمان , الأردن.
المصادر الإلكترونية	1- رابط المكتبة الرقمية السعودية : https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx
	2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية : https://www.kfnl.gov.sa
أخرى	لا توجد

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ 40 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

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
اتساق أسئلة الاختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الإختبارية.		
غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	مصادر التعلم
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.	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	عضو هيئة تدريس نظير	أخرى

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