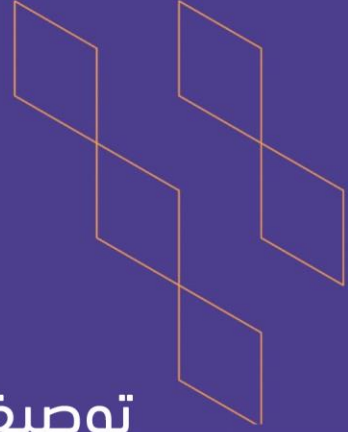


2024
TP-153



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



| |
|---------------------------------|
| اسم المقرر: مقدمة في التسويق |
| رمز المقرر: 161 تسق-3 |
| البرنامج: التسويق التطبيقي |
| القسم العلمي: العلوم الادارية |
| الكلية: التطبيقية |
| المؤسسة: جامعة نجران |
| نسخة التوصيف: TP-153-2024 |
| تاريخ آخر مراجعة: 1445/01/09 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: 6



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

الساعات المعتمدة: 3 ساعات

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: (السنة الثانية/ المستوى الرابع)

4. 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 وتطبيقاته.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):

لا يوجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكتساب المعارف اللازمة 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.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

| م | نمط التعليم | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|----------------------|-----------------------|--------|
| 1 | تعليم تقليدي | | |
| 2 | التعليم الإلكتروني | | |
| 3 | التعليم المدمج | 30 | 67% |
| | • التعليم التقليدي | | |
| | • التعليم الإلكتروني | | |
| | تطبيقي | 15 | 33% |
| | المجموع | 45 | 100% |

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

| م | النشاط | ساعات التعلم | النسبة |
|----------|-----------------|--------------|--------|
| 1 | محاضرات | 30 | 67% |
| 2 | معمل أو إستوديو | | |
| 3 | ميداني | | |
| 4 | دروس إضافية | | |
| 5 | تطبيقي | 15 | 33% |
| 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 والمبادئ العامة لعلم التسويق الحديث | ع-1-P | المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات | الاختبارات والواجبات |
| 1.2 | يصف التطورات في علم التسويق الحديث ومدى تأثيرها على المستهلكين والمنتجين | ع-2-P | المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات | الاختبارات والواجبات |
| 1.3 | يوضح مصطلحات علم التسويق ومكونات العملية التسويقية واستراتيجيات التسويق | ع-3-P | المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات | الاختبارات والواجبات |
| 2.0 | المهارات | | | |
| 2.1 | يطبق المبادئ التسويقية في الواقع العملي | م-1-P | اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة | ■ مقياس سلالم 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-2-P | | |
| 2.3 | يقارن بين عناصر التسويق المختلفة | م-2-P | | |
| 3.0 | القيم والاستقلالية والمسؤولية | | | |
| 3.1 | ينجز العمل مع ومن خلال الآخرين | ق-1-P | الانشطة الفردية والجماعية | ■ بطاقة الملاحظة |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات | الساعات التدريسية المتوقعة |
|---------------|---|----------------------------|
| 1 | مقدمة عن علم التسويق والتسويق الاحترافي | 3 |
| 2 | مراحل تطور علم التسويق | 2 |
| 3 | البيئة التسويقية | 2 |
| 4 | سلوك المستهلك | 3 |
| 5 | تجزئة وتقسيم السوق | 2 |
| 6 | بحوث التسويق | 3 |
| 7 | السياسات والقرارات الخاصة بالمنتجات | 2 |
| 8 | تطوير المنتجات الجديدة | 3 |
| 9 | سياسات التسعير | 2 |
| 10 | ادارة التوزيع المادي | 2 |
| 11 | ادارة الترويج والمزيج الترويجي | 3 |
| 12 | التجارة الالكترونية | 3 |
| المجموع | | 30 |
| 13 | دراسة حالة للبيئة التسويقية المحيطة بالمنظمات لمعرفة المشاكل والتحديات التي تواجهها | 3 |
| 14 | عمل بور بوينت يوضح السلوك الشرائي للمستهلك وعلاقته بعناصر المزيج التسويقي | 3 |
| 15 | تدريب تطبيقي لكيفية عمل الإعلانات الترويجية | 2 |
| 16 | عمل ورشات عمل لدراسة التسويق الالكتروني | 3 |
| 17 | تدريب تطبيقي للمقارنة والتحليل بين عناصر المزيج التسويقي والمزيج الترويجي | 2 |
| 18 | ورقة عمل توضح مدى تأثير نظم المعلومات التسويقية على اتخاذ القرار التسويقي | 2 |
| المجموع | | 15 |
| المجموع الكلي | | 45 |

د. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|---------|------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| 1 | تقييم تطبيقي | الثاني | 5% |
| 2 | تقييم تطبيقي | الرابع | 5% |
| 3 | الاختبار الفصلي | الثامن | 30% |
| 4 | تقييم تطبيقي | التاسع | 10% |
| 5 | الاختبار النهائي | نهاية الفصل | 50% |
| المجموع | | | 100% |

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

| | |
|--|----------------------|
| مبادئ التسويق الحديث، د/ زكريا أحمد عزام – د/ عبد الباسط حسونة – د/ مصطفى سعيد الشيخ 2020م | 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 ال CD أو الفيديو أو غيرها) | المصادر الإلكترونية |
| مواقع تعليمية أخرى مثل موقع اليوتيوب | أخرى |

2. 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 والاجابات/ 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 الادارية |
| رقم الجلسة | 00007 - 0099 - 14430903 |
| تاريخ الجلسة | 12:30 04 / 04 / 2022 م |