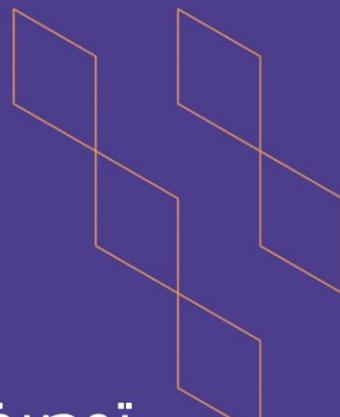


2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي — (بكالوريوس) —

اسم المقرر: مقدمة في التسويق

رمز المقرر: 161 ترقـ 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 تدريسهها وطرق تقييمها:	4
ج. موضوعات المقرر	5
د. أنشطة تقييم الطلبة	5
ه. مصادر التعلم والمراقب:	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

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

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 الالامام وبالتالي: المفاهيم التسويقية وعلاقتها بوظائف المنظمة، التعرف على أنواع السلع والأسوق واستراتيجيات ادارتها، تطبيق الوظائف الادارية على عناصر المزيج التسويقي واكتساب المهارات في التعامل مع عناصر البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة. بالإضافة إلى دراسة حالات تسويقية لأنشطة التسويق وتطبيقات عملية لمهارات التسويق وتطبيقاته.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر(إن وجدت):

لا يوجد

6- المتطلبات المترادفة مع هذا المقرر(إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكتساب المعرف الازمة حول المفاهيم الأساسية المرتبطة بالمزيج التسويقي للممارسات التسويقية في العمل المستقبلي للطالب، حيث يتناول هذا المقرر المعرف المتعلقة بوظائف التسويق وأنشطته في سياق عمل المنظمات والبيئة التسويقية المحاطة بهذه العملية وتجزئ السوق وسلوك المستهلك (النهائي والصناعي) الشرائي، كما يتناول المعرف الضرورية المتعلقة بالمزيج التسويقي وعناصره الرئيسية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

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





3. الساعات التدريبية (على مستوى الفصل الدراسي)

النسبة	ساعات التعلم	النشاط	م
%67	30	محاضرات	1
		معمل أو إستوديو	2
		ميداني	3
		دروس إضافية	4
%33	15	تطبيقي	5
%100	45	الإجمالي	

ب. نوافذ التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسيها وطرق تقييمها:

طرق التقييم	استراتيجيات التدريس	رمزنات التعلم المرتبطة بالبرنامج	نوافذ التعلم	الرمز
المعرفة والفهم				1.0
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ س巉ارات	P-1ع	يعرف المفاهيم والمبادئ العامة لعلم التسويق الحديث	1.1
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ س巉ارات	P-2ع	يصف التطورات في علم التسويق الحديث ومدى تأثيرها على المستهلكين والمنتجين	1.2
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ س巉ارات	P-3ع	يوضح مصطلحات علم التسويق ومكونات العملية التسويقية واستراتيجيات التسويق	1.3
المهارات				2.0
▪ مقياس سالم التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث	اسلوب المناقشة وال الحوار / اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	P-1م P-2م P-2م	يطبق المبادئ التسويقية في الواقع العملي يحل سلوك المستهلك للاستفادة من تحقيق رغبات وذوق المستهلك يقارن بين عناصر التسويق المختلفة	2.1 2.2 2.3
القيم والاستقلالية والمسؤولية				3.0
▪ الانشطة الفردية والجماعية	▪ بطاقة الملاحظة	P-1ق	ينجز العمل مع ومن خلال الآخرين	3.1





ج. موضوعات المقرر

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

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

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





هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المراجع الرئيس للمقرر	مبابي التسويق الحديث، د/ زكريا أحمد عزام – د/ عبد الباسط حسونة – د/ مصطفى سعيد الشيخ 2020-
المراجع المساعدة	Concept of Marketing by Philip Kotler
المصادر الإلكترونية	المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، القارير، المواد الالكترونية المتوافرة على الإنترنط في الواقع المختلفة أو أشرطة الـ CD أو الفيديو أو غيرها)
أخرى	موقع تعليمية أخرى مثل موقع اليوتيوب

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (قاعات 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)	توصيات كهربائية للاستخدام عند الضرورة

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	الاستبيانات
فاعلية طرق تقييم الطالب	أعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظير	الملاحظة المباشرة/مراجعة النظير/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	ملف، الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبيانات
مدى تحصيل مخرجات التعليم للمقرر	لجنة التخطيط والمناهج/الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس	رأي الخبراء/ الاستبيانات/ ورش العمل
أخرى	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	الاستبيانات/ بطاقة الملاحظة

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

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:



جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الادارية
رقم الجلسة	00007 - 0099 - 14430903
تاريخ الجلسة	12:30 04 / 04 / 2022

