

2024

TP-153

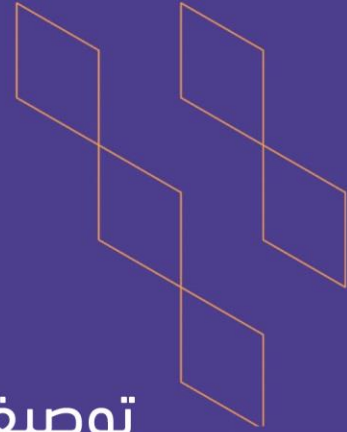


هيئة تقويم التعليم والتدريب  
Education & Training Evaluation Commission



# توصيف المقرر الدراسي

## — (بكالوريوس)



|                                 |
|---------------------------------|
| اسم المقرر: التسويق الدولي      |
| رمز المقرر: 279 تسق-3           |
| البرنامج: التسويق التطبيقي      |
| القسم العلمي: العلوم الادارية   |
| الكلية: التطبيقية               |
| المؤسسة: جامعة نجران            |
| نسخة التوصيف: 2                 |
| تاريخ آخر مراجعة: 1446/03/29 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: ..... 5
- 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

يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق الدولي وأهميته والنظريات المفسرة للتسويق الدولي وتقييم بيئة الأسواق الدولية. كما يدرس بحوث التسويق الدولي واستراتيجيات تقييم واختيار الأسواق الدولية وعناصر المزيج التسويقي الدولي وإجراءات التبادل في التسويق الدولي.

#### 5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):

مقدمة في التسويق 161 تسق- 3

#### 6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

#### 7. الهدف الرئيس للمقرر

- تعريف الطالب بمفاهيم ونظريات التسويق الدولي وتطوره واستراتيجيات الدخول للأسواق الدولية وتهيئة الطلاب بشكل عام للعمل في مجال التسويق الدولي.
- تعريف الطالب باستراتيجيات التسويق المتعلقة بالتوسع في الأسواق الدولية وتحليل الأسواق الدولية واختيار الأسواق الدولية وسياسات المنتجات الدولية وتسعيرها وترويجها وتوزيعها.

### 2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

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

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

| م        | النشاط          | ساعات التعلم | النسبة |
|----------|-----------------|--------------|--------|
| 1        | محاضرات         | 45 = 15×3    | %100   |
| 2        | معمل أو إستوديو |              |        |
| 3        | ميداني          |              |        |
| 4        | دروس إضافية     |              |        |
| 5        | تطبيقي          | -            | -      |
| 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 الطالب مفاهيم ونظريات التسوق الدولي الأساسية  | P-1ع                               | المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات  | الاختبارات والواجبات   |
| 1.2   | يشرح الطالب الاستراتيجيات والسياسات التي تتبعها الشركات في تقييم الأسواق الدولية والدخول الي الأسواق الدولية في مجالات المنتجات. التسعير – الترويج-التوزيع | P-3ع                               | المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات  | الاختبارات والواجبات   |
| 2.0   | المهارات   |                                    |   |  |
| 2.1   | يشارك الطالب في عمل المزيج التسويقي مراعيًا اعتبارات الاستراتيجية المؤثرة فيه  | M-1م                               | 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"> <li>مقياس سلالم التقدير</li> <li>كتابة التقارير</li> <li>التقييم بالمشاريع العلمية</li> <li>التقييم القائم على المناقشات</li> <li>الاختبارات العملية</li> <li>الواجبات التطبيقية</li> <li>البحوث</li> </ul> |
| 3.0   | القيم والاستقلالية والمسؤولية  |                                    |   |  |
| 3.1   | يتعامل باحترافية مع البائعين في الأسواق الدولية.   | P-1ق                               | الانشطة الفردية والجماعية   | بطاقة الملاحظة   |
| 3.2   | يتواصل بفعالية مع العملاء في الأسواق الدولية   | P-2ق                               | التعليم التعاوني  |  |

### ج. موضوعات المقرر

| م             | قائمة الموضوعات                              | الساعات<br>التدريسية المتوقعة |
|---------------|--|-------------------------------|
| 1             | مفهوم التسويق الدولي                         | 3                             |
| 2             | النظريات المفسرة للتسويق الدولي              | 3                             |
| 3             | تقييم بيئة التسويق الدولي                    | 3                             |
| 4             | بحوث التسويق الدولي                          | 3                             |
| 5             | استراتيجيات تقييم واختيار الأسواق الدولية    | 6                             |
| 6             | عناصر مزيج التسويق الدولي – المنتجات الدولية | 6                             |
| 7             | عناصر مزيج التسويق الدولي – التسعير الدولي   | 6                             |
| 8             | عناصر مزيج التسويق الدولي – الترويج الدولي   | 6                             |
| 9             | عناصر مزيج التسويق الدولي – التوزيع الدولي   | 6                             |
| 10            | إجراءات التبادل في التسويق الدولي            | 3                             |
| المجموع       |  | 45                            |
| المجموع الكلي |  | 45                            |

### د. أنشطة تقييم الطلبة

| م       | أنشطة التقييم          | توقيت التقييم<br>(بالأسبوع) | النسبة<br>من إجمالي درجة التقييم |
|---------|------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| 1       | الاختبار الفصلي الأول  | الثامن                      | 20%                              |
| 2       | الاختبار الفصلي الثاني | 12                          | 20%                              |
| 3       | الواجبات               | خلال الفصل                  | 10%                              |
| 4       | 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:

|  |                      |
|--|----------------------|
| التسويق الدولي، عبد الرحمن عبد الله الصغير، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان-الأردن 2019م                                    | المرجع الرئيس للمقرر |
| التسويق الدولي، أ.د. بدیع جميل قدو، دار الميسرة للنشر والتوزيع-عمان، الاردن 2020م  | المراجع المساندة     |
| <a href="http://www.uobabylon.edu.iq/eprints/pubdoc-11-25988-5012.docx">www.uobabylon.edu.iq/eprints/pubdoc-11-25988-5012.docx</a> | المصادر الإلكترونية  |

■ رابط المكتبة السعودية الرقمية <https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx>  
رابط مكتبة الملك فهد الوطنية <https://www.kfml.gov.sa>

مواقع تعليمية أخرى مثل موقع اليوتيوب

أخرى

## 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| العناصر   | متطلبات المقرر  |
|---|---|
| المرافق النوعية<br>(القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ) | قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) مع سبورة ذكية                     |
| التجهيزات التقنية<br>(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 والواجبات/ 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 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 م   |