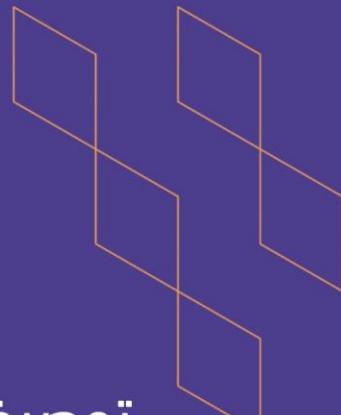


2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب  
Education & Training Evaluation Commission



## توصيف المقرر الدراسي — (بكالوريوس) —

اسم المقرر: استراتيجيات التسويق والمبيعات

رمز المقرر: 202ريد3

البرنامج: إدارة الابتكار وريادة الأعمال

القسم العلمي: إدارة الأعمال التطبيقي

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: 1

تاريخ آخر مراجعة: 1446/12/1 هـ



**جدول المحتويات**

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





## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

## 1. التعريف بالمقرر الدراسي

## 1. 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"/> اختياري	<input type="checkbox"/> اختياري	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري

## 3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة 1 / المستوى 2)

## 4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر تطوير وتنفيذ استراتيجية التسويق والمبيعات من خلال توفير إطار يمكن من خلاله تحديد وتقدير الخيارات والبرامج الاستراتيجية. وتشمل مواضيع التخطيط التسويقي الاستراتيجي، وتطوير الميزة التنافسية، ورضاء العملاء، واستراتيجية المنتج والتسويق، وأنظمة تنفيذ استراتيجية التسويق. يتطلب هذا المقرر أن يكون لدى الطالب أساس قوي للمعرفة التسويقية المكتسبة من مبادئ التسويق.

ويتناول المقرر الحديث عن المبيعات المتوقعة والتنبؤ بها وكيفية التخطيط لذلك، كما يتناول استراتيجيات وخطط المناطق والخصائص البيعية وتقدير أداء مندوبي المبيعات، وكل ذلك يجعل الطالب ذو قدرة عالية على معرفة الاستراتيجيات التسويقية والبيعية والتخطيط الفعال والمستقبلي لها.

## 5- المطلوبات السابقة لهذا المقرر(إن وجدت)

لا يوجد

## 6- المطلوبات المترابطة مع هذا المقرر(إن وجدت)

لا يوجد

## 7. الهدف الرئيس للمقرر

تطوير مهارات الطلاب في صياغة استراتيجيات تسويق ومبيعات فعالة للترويج لأفكارهم ومنتجاتهم التجارية للجمهور المستهدف، ويهدف إلى تطوير مهاراتهم التحليلية فيما يتعلق بتطوير استراتيجيات التسويق والمبيعات للشركات.

## 2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

نوع التعليم	نوع المقرر	النوعية	النوعية
تعليم تقليدي	مقرر انتداب	٪ 100	45
التعليم الإلكتروني	مقرر انتداب		





نوع التعلم	م
التعليم المدمج	
• التعليم التقليدي	3
• التعليم الإلكتروني	
التعليم عن بعد	4

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

نوع التعلم	م
محاضرات	1
عمل أو إستوديو	2
ميداني	3
دروس إضافية	4
أخرى	5
الإجمالي	45
%100	45

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسيها وطرق تقييمها:

نواتج التعلم	الرمز
المعرفة والفهم	1.0
معرفة استراتيجيات التسويق والمبيعات	1.1
وصف استراتيجيات تسويق أفكار الأعمال والمنتجات وطرق صياغتها	1.2
المهارات	2.0
تطبيق استراتيجيات التسويق والمبيعات	2.1
تحليل وتوليف استراتيجيات التسويق لأفكار ومنتجات الأعمال	2.2

نواتج التعلم	الرمز
K1,K2	
المحاضرات	
العرض التقديمي	
K2	
الدراسة الذاتية	
المناقشات الجماعية	
الأنشطة البحثية	
S1	
المحاضرات	
الدروس التعليمية	
الأعمال الدراسية	
S2,S3	
تمارين دراسات الحالة	

نواتج التعلم	الرمز
K1,K2	
المحاضرات	
العرض التقديمي	
K2	
الدراسة الذاتية	
المناقشات الجماعية	
الأنشطة البحثية	
S1	
المحاضرات	
الدروس التعليمية	
الأعمال الدراسية	
S2,S3	
تمارين دراسات الحالة	





طرق التقييم	استراتيجيات التدريس	رمزناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	نواتج التعلم	الرمز
تقرير وعرض مشروع المقرر	أنشطة البحث	S4	تقييم استراتيجيات التسويق والمبيعات	2.3
		S5	إظهار القدرة على التواصل مع العميل شفويًا وكتابيًا بفاعلية	2.4
القيم والاستقلالية والمسؤولية				3.0
عرض تقرير مشروع المقرر	المحاضرات الدروس العلمية أعمال المقرر تمارين	V1,V2	الالتزام بالقيم والأخلاقيات المهنية والإنسانية المرتبطة بالممارسات المهنية في مجال التخصص أو العمل	3.1
عرض تقرير مشروع المقرر	دراسات الحالة أنشطة البحث	V3	العمل بشكل تعاوني وإظهار المسؤولية في العلاقات الشخصية والمهنية	3.2

#### ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
3	التخطيط الاستراتيجي للتسويق	1
3	الخيارات الاستراتيجية للمنظمة	2
3	استراتيجيات السوق المستهدف	3
6	استراتيجيات المنتجات والأسعار	4
6	استراتيجيات الترويج والتوزيع	5
3	استراتيجيات التسويق الدولي	6
3	المبيعات المتوقعة والتنبؤ بها	7
6	تخطيط المناطق البيعية	8
6	تخطيط الحصص البيعية وتحديدها	9
3	تقييم أداء مندوب البيع	10
45	المجموع	





#### د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الواجب 1	الرابع	%10
2	الواجب 2	السابع	%10
3	الاختبار الفصلي	السادس	%30
4	المشروع	العاشر	%10
5	الاختبار النهائي	الخامس عشر	%40

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

#### هـ. مصادر التعلم والمرافق:

##### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المراجع الرئيسي للمقرر	استراتيجيات التسويق (مدخل كمي وتحليلي) د. محمود جاسم الصميدعي. 2022 المبيعات والبيع الشخصي، محمد عبيادات، هاني الضمور، شفيق حداد (عمان، داروائل 2014م)
المراجع المساعدة	إدارة المبيعات والبيع الشخصي تأليف الدكتور/ محمد عبيادات، هاني الضمور، الطبعة الحادي عشر، عمان، الأردن، دار النشر: داروائل للنشر والتوزيع 2018م. إدارة المبيعات ومهارات البيع، حبيب التركستانى، مطباع جامعة الملك عبدالعزيز، الطبعة الأولى، 12.2
المصادر الإلكترونية	الموقع الإلكتروني
أخرى	المجلات المتخصصة

##### 2. المراافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المراافق النوعية (قاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	الفصول الدراسية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض، سبورة ذكية
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	





و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقويم
الاستبيان	الطلاب	فاعلية التدريس
الاستبيان	أعضاء هيئة التدريس، قادة البرنامج، مراجعة النظرير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
الاستبيان	الطلاب، أعضاء هيئة التدريس	مصادر التعلم
الاستبيان	مراجعة النظرير	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

المجلس التنفيذي للكلية التطبيقية	جهة الاعتماد
4600081176	رقم الجلسة
1446/12/22	تاريخ الجلسة

