



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: 1446/12/1هـ



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 6
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6
- و. تقويم جودة المقرر: 7
- ز. اعتماد التوصيف: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة:

3 ساعات

2. نوع المقرر

☐ متطلب جامعة

☐ متطلب كلية

☒ متطلب تخصص

☐ متطلب مسار

☐ أخرى

☒ إجباري

☐ اختياري

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 وتقييم الخيارات والبرامج الاستراتيجية. وتشمل مواضيع التخطيط التسويقي الاستراتيجي، وتطوير الميزة التنافسية، ورضا العملاء، واستراتيجية المنتج والتسعير، 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 وتخطيط المناطق والحصص البيعية وتقييم أداء مندوبي المبيعات، وكل ذلك يجعل الطالب ذو قدرة عالية على معرفة الاستراتيجيات التسويقية والبيعية والتخطيط الفعال والمستقبلي لها.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

6- المتطلبات المتزامنة 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)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	45	100%
2	التعليم الإلكتروني		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

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	معرفة استراتيجيات التسويق والمبيعات	K1,K2	المحاضرات العرض التقديمي	الامتحانات التحريرية الواجبات المنزلية الاختبارات القصيرة
1.2	وصف استراتيجيات تسويق أفكار الأعمال والمنتجات وطرق صياغتها	K2	الدراسة الذاتية المناقشات الجماعية الأنشطة البحثية	تقرير وعرض مشروع المقرر
2.0	المهارات			
2.1	تطبيق استراتيجيات التسويق والمبيعات	S1	المحاضرات الدروس التعليمية الأعمال الدراسية	الامتحانات التحريرية الواجبات المنزلية الاختبارات القصيرة
2.2	تحليل وتوليف استراتيجيات التسويق لأفكار ومنتجات الأعمال	S2,S3	تمارين دراسات الحالة	الاختبارات القصيرة

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

ج. موضوعات المقرر

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

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 وغيره).

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	استراتيجيات التسويق (مدخل كمي وتحليلي) د. محمود جاسم الصميديعي. 2022. المبيعات والبيع الشخصي، محمد عبيدات، هاني الضمور، شفيق حداد (عمان، دار وائل 2014م)
المراجع المساندة	إدارة المبيعات والبيع الشخصي تأليف الدكتور/ محمد عبيدات، هاني الضمور، الطبعة الحادي عشر، عمان، الأردن، دار النشر: دار وائل للنشر والتوزيع 2018م. إدارة المبيعات ومهارات البيع، حبيب التركستاني، مطابع جامعة الملك عبدالعزيز، الطبعة الأولى، 12.2
المصادر الإلكترونية	المواقع الإلكترونية
أخرى	المجلات المتخصصة

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات 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 النظير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
الاستبيان	الطلاب، أعضاء هيئة التدريس	مصادر التعلم
الاستبيان	مراجع النظير	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 هـ	تاريخ الجلسة