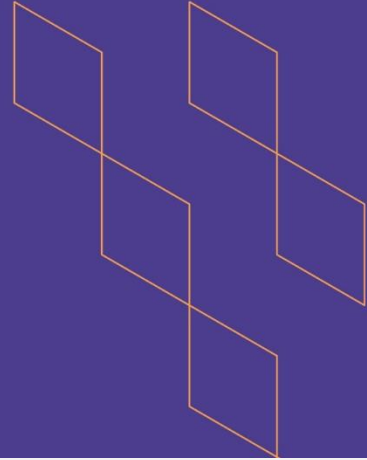




T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي



| |
|--|
| اسم المقرر: إدارة قنوات التوزيع |
| رمز المقرر: 356 تسق -3 |
| البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية |
| القسم العلمي: قسم التسويق والتجارة الإلكترونية |
| الكلية: العلوم الإدارية |
| المؤسسة: جامعة نجران |
| نسخة التوصيف: 2023 |
| تاريخ آخر مراجعة: 1445-2-18 |



المحتويات:

| الصفحة | المحتوى |
|--------|--|
| 3 | أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي |
| 3 | 1. الوصف العام للمقرر |
| 3 | 2. الهدف الرئيس للمقرر |
| 3 | ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها |
| 4 | ج. موضوعات المقرر |
| 4 | د. أنشطة تقييم الطلبة |
| 5 | هـ. مصادر التعلم والمرافق |
| 5 | 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم |
| 5 | 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة |
| 5 | و. تقويم جودة المقرر |
| 5 | ز. اعتماد التوصيف |

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

| التعريف بالمقرر الدراسي | | | |
|--|------------|----------------|------------|
| 1. الساعات المعتمدة: | | 3 ساعات معتمدة | |
| 2. نوع المقرر | | | |
| أ. متطلب جامعة | متطلب كلية | متطلب تخصص | متطلب مسار |
| ب. إجباري | اختياري | √ | √ |
| 3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر | | الثالث | |
| 4. الوصف العام للمقرر تعريف الطالب بمفهوم قنوات التوزيع ومؤسساتها وإدارة القنوات التسويقية والمزيج التسويقي وإدارة التوزيع المادي وإدارة الصراع داخل قنوات التسويق وقنوات تسويق الخدمات وقنوات التسويق الدولية. | | | |
| 5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 350 تسق-3 | | | |
| 6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد | | | |
| 7. الهدف الرئيس للمقرر توضيح مفاهيم قنوات التسويق والأساليب العلمية لإدارة وتخطيط قنوات التسويق وإدارة الصراع داخل قنوات التسويق و قنوات تسويق الخدمات وقنوات التسويق الدولية. | | | |

1. نمط التعليم

| م | نمط التعليم | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|---|-----------------------|--------|
| 1 | تعليم اعتيادي | 45 | %100 |
| 2 | التعليم الإلكتروني | | |
| 3 | التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني | | |
| 4 | التعليم عن بعد | | |

2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

| م | النشاط | ساعات التعلم | النسبة |
|---|-----------------|--------------|--------|
| 1 | محاضرات | 45 | %100 |
| 2 | معمل أو أستوديو | | |
| 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 | يعرف المفاهيم العامة لقنوات التسويق | 1ع | 1-المحاضرة | الاختبارات الفصلية والنهائية |
| 1.2 | يذكر مؤسسات قنوات التسويق | 2ع | 2-العصف الذهني 3-الواجبات | |
| 2.0 | المهارات | | | |
| 2.1 | يشرح إدارة القنوات التسويقية | 1م | 1-المحاضرة | الاختبارات الفصلية والنهائية |
| 2.2 | يحلل قنوات تسويق الخدمات وقنوات التسويق الدولية | 2م | 2-العصف الذهني 3-الواجبات | |
| 3.0 | القيم و الإستقلالية و المسؤولية | | | |
| 3.1 | يتخذ قرارات في المشكلات المرتبطة بمختلف قنوات التسويق | 1ق | 1-البحوث 2-الواجبات | الملاحظة خلال السنة |
| 3.2 | يحلل التطبيقات المختلفة في قنوات التسويق. | 2ق | | |
| 3.3 | يتواصل شفاهيا وكتابيا مع القدرة على المناقشة والحوار والتحلي بروح الفريق | 3ق | | |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات | الساعات التدريسية المتوقعة |
|---|---|----------------------------|
| 1 | ماهية القنوات التسويقية، تحليل بيئة القنوات التسويقية | 3 |
| 2 | تخطيط القنوات التسويقية | 6 |
| 3 | المؤسسات الوظيفية: السماسرة والوكلاء | 3 |
| 4 | المؤسسات التجارية: منشآت تجارة الجملة، المؤسسات التجارية: منشآت تجارة التجزئة | 6 |
| 5 | القيادة داخل القناة التسويقية | 6 |
| 6 | إدارة الصراع داخل قنوات التسويق | 6 |
| 7 | تقييم أداة القناة التسويقية | 3 |



| | | |
|----|--|---|
| 6 | إدارة القنوات التسويقية والمزيج التسويقي وإدارة التوزيع المادي | 8 |
| 6 | قنوات تسويق الخدمات وقنوات التسويق الدولية | 9 |
| 45 | المجموع | |

د. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|-----|------------------------|---|-------------------------------|
| 1 | الاختبار الفصلي الأول | الأسبوع السادس | 15% |
| 2 | الإختبار الفصلي الثاني | الأسبوع الثاني عشر | 15% |
| 3 | الواجبات | طول الفصل الدراسي | 20% |
| 4 | الاختبار النهائي | نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل) | 50% |
| ... | | | |

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

| | |
|----------------------|--|
| المرجع الرئيس للمقرر | علي فلاح الزعبي (2019) الطبعة الرابعة، إدارة التوزيع، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. |
| المراجع المساندة | لا يوجد |
| المصادر الإلكترونية | رابط المكتبة الرقمية السعودية: http://nu.edu.sa/pigitailibry.aspx |
| أخرى | لا يوجد |

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| العناصر | متطلبات المقرر |
|--|---|
| المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ) | قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالبة |
| التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات) | جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر |
| تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص) | طابعة وسبورة مع أقلام وماسحة سبورة. |

| طرق التقييم | المقيّمون | مجالات التقييم |
|-------------|------------------------------|--|
| مباشر | عضو هيئة التدريس | نتائج الطلاب |
| غير مباشر | الطلبة | استبانة تقييم الطلاب للمقرر الدراسي والأداء التدريسي |
| مباشر | عضو هيئة التدريس | تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير |
| مباشر | لجنة تقييم الورقة الاختبارية | تقرير لجنة تقييم الورقة الاختبارية |
| غير مباشر | عضو هيئة التدريس | تقرير قياس نواتج تعلم المقرر |
| غير مباشر | عضو هيئة التدريس | تقرير رضا أرباب العمل عن مخرجات تعلم البرنامج |
| غير مباشر | عضو هيئة التدريس | الاختبار التحصيلي |

المقيّمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

| | |
|---------------------------------------|--------------|
| مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية | جهة الاعتماد |
| | رقم الجلسة |
| | تاريخ الجلسة |