



T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: سلوك المستهلك
رمز المقرر: 252 نسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية
الكلية: العلوم الادارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18 - 2 - 1445 هـ





## 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		الرابع	
4. الوصف العام للمقرر يصف هذا المقرر مفهوم سلوك المستهلك وأهمية دراسته بالنسبة للمنظمات الصناعية والانتاجية وخطوات صنع القرار الشرائي والعوامل المؤثرة على السلوك الشرائي وأنواع السلوك الشرائي، وعلاقة سلوك المستهلك بالعلوم الأخرى، وحاجات المستهلك ودوافعه وعمليات تشكيل الاتجاهات والقيم والادراك للمستهلك وعملية تكوين الادراك وغيرها من الموضوعات الأخرى، مع استعراض بعض الأمثلة والحالات العملية في هذا المجال.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 264 تسق-3			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر تعريف الطالب بالمفاهيم والمصطلحات والنظريات الخاصة بسلوك المستهلك وإعطائه فكرة شاملة عن هذا الحقل بطريقة سهلة وواضحة.			

## 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 إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	45	%100

## ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>1.0</b>	<b>المعرفة والفهم</b>			
1.1	يتعرف: على المهارات التسويقية المرتبطة بالمقرر.	ع1	المحاضرات النظرية - العصف الذهني - الواجبات المنزلية الفردية	الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات المنزلية
1.2	يوضح : المفاهيم الأساسية المتعلقة بسلوك المستهلك والمصطلحات المرتبطة بها.	ع2		
1.3	يشرح : تطور حقل سلوك المستهلك , علاقة سلوك المستهلك بالعلوم الأخرى , أنظمة الحاجات وأنواعها , نظريات التعلم السلوكي , مراحل تطور الشخصية..... الخ.	ع3		
1.4	يذكر : فوائد دراسة سلوك المستهلك , أنواع الأهداف , المبادئ الأساسية للتعلم , أنواع المدخلات الحسية , أنواع الاتصال ..... الخ.	ع4		
<b>2.0</b>	<b>المهارات</b>			
2.1	يطبق : النظريات والمبادئ الأساسية في مجال سلوك المستهلك .	م1	المحاضرات النظرية - العصف الذهني - الواجبات المنزلية الفردية	الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات المنزلية
2.2	يحلل : عناصر الاتصال , خصائص الاتجاهات , نظريات الشخصية , الجماعات المرجعية للمستهلك .... الخ.	م2		
3.2	يقترح : أنواع الطبقات الاجتماعية , معايير تصنيف الطبقات الاجتماعية , أنواع المستهلكين , المشاكل التي يواجهها المستهلك..... الخ.	م3		
<b>3.0</b>	<b>القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	ق1	التعلم الذاتي - التكليفات - العمل من خلال فريق	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل	ق2		



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
	المشكلات التسويقية وقادراً على المبادرة والابتكار.			
3.3	يظهر الطالب القيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	3ق		

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الوحدة الأولى : مقدمة في سلوك المستهلك .	2
2	الوحدة الثانية : حاجات ودوافع المستهلك .	3
3	الوحدة الثالثة : التعلم.	3
4	الوحدة الرابعة : الإدراك الحسي.	6
5	الوحدة الخامسة : الشخصية	6
6	الوحدة السادسة : الإتجاهات	6
7	الوحدة السابعة : الجماعات المرجعية	6
8	الوحدة الثامنة : الطبقات الإجتماعية	3
9	الوحدة التاسعة : الثقافة والثقافة الفرعية	2
10	الوحدة العاشرة : التأثير الشخصي وسلوك المستهلك	3
11	الوحدة الحادية عشرة : الإبتكارات السلعية وسلوك المستهلك	2
12	الوحدة الثانية عشرة : عملية البيع والشراء الإلكتروني	3
	المجموع	45

### 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:

سلوك المستهلك (مدخل استراتيجي) , د محمد إبراهيم عبيدات , دار وائل للنشر والتوزيع , طبعة 2012 , عمان , الأردن	المرجع الرئيس للمقرر
1-Schiffman & Kunk (2012) : Consumer Behavior , Twelve Edition, Person Prentice Hall.	المراجع المساندة



2- Solomon (2003): Consumer Behavior, Allyn and Bacon.  
3- التسويق الإلكتروني, محمود جاسم الصميدعي, محمد سمير أحمد, ردينة عثمان يوسف, دار المسيرة للنشر والتوزيع, الطبعة الأولى.

1- رابط المكتبة الرقمية السعودية  
<https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx>  
2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية  
<https://www.kfnl.gov.sa>

المصادر الإلكترونية

لا توجد

أخرى

## 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

## و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر	الطلاب	فاعلية التدريس
مباشر	قيادات البرنامج	فاعلية طرق تقييم الطلاب
مباشر	عضو هيئة التدريس	مصادر التعلم
مباشر	قيادات البرنامج	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:

مجلس قسم التسويق والتجارة الإلكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة