



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: مبادئ التسويق
رمز المقرر: 203 تسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: العلوم الإدارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18-2-1445هـ





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



التعريف بالمقرر الدراسي					
1. الساعات المعتمدة:			3 ساعات معتمدة		
2. نوع المقرر					
أ. متطلب جامعة		متطلب كلية		√	
ب. إجباري		اختياري		√	
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر			الثاني		
4. الوصف العام للمقرر يقدم هذا المقرر استعراض عام لمجال التسويق. ويوضح هذا المقرر كيفية تحقيق القيمة من خلال التسويق، وكذلك كيفية مسح البيئة الخارجية وتحديد مكونات المزيج التسويقي وعلاقة التسويق بعملية تقسيم السوق إلى قطاعات سوقية.					
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا توجد					
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد					
7. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر الى اعطاء الطالب فكرة شاملة عن التسويق من خلال دراسة مفهوم التسويق ومراحل تطوره واهميته بالنسبة للمنشأة. كذلك دراسة عناصر البيئة التسويقية , تجزئة السوق , سلوك المستهلك , تسويق الخدمات , عناصر المزيج التسويقي الأربعة (المنتجات , التسعير , الترويج , التوزيع) بحيث يتمكن الطالب من فهم آلية عمل التسويق داخل المنشآت.					

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45 ساعة	%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
المعرفة والفهم				
1.0				
1.1	يتعرف: على المهارات المرتبطة بالمقرر.	ع1	- المحاضرات النظرية	- الاختبارات
1.2	يوضح: المفاهيم الأساسية المتعلقة بمبادئ التسويق والمصطلحات المرتبطة به.	ع2	- العصف الذهني	- التحريرية (الفصلية والنهائية)
1.3	يذكر: الانواع المختلفة للسلع الاستهلاكية و الصناعية.	ع3	- الواجبات المنزلية	- تقويم الواجبات المنزلية
1.4	يشرح: اهداف التسويق , مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء, مراحل دورة المنتج الخ.	ع4	- الواجبات المنزلية	- تقويم الواجبات المنزلية
المهارات				
2.0				
2.1	يطبق : عناصر المزيج التسويقي , خطوات بحوث التسويق.	م1	- المحاضرات النظرية	- الاختبارات
2.2	يحلل: المراحل التاريخية المختلفة للتسويق، انواع البيئة التسويقية.	م2	- العصف الذهني	- التحريرية (الفصلية والنهائية)
2.3	يقترح: تجزئة السوق المناسبة .	م3	- الواجبات المنزلية	- تقويم الواجبات المنزلية
القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.0				
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	ق1	- التعلم الذاتي	- تقييم الواجبات والمناقشات
3.2	يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل مشكلات التسويق وقادراً على المبادرة والابتكار .	ق2	- التكاليفات	- المناقشات
3.3	يظهر الطالب القيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	ق3	- العمل من خلال فريق	- السمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الوحدة الأولى : مقدمة في التسويق .	6
2	الوحدة الثانية : البيئة التسويقية.	3
3	الوحدة الثالثة : تجزئة السوق.	6
4	الوحدة الرابعة : سلوك المستهلك.	3
5	الوحدة الخامسة : تسويق الخدمات.	6
6	الوحدة السادسة: المنتجات.	6
7	الوحدة السابعة : تطوير المنتجات الجديدة.	6
8	الوحدة الثامنة : التسعير.	3
9	الوحدة التاسعة : الترويج.	3
10	الوحدة العاشرة: التوزيع	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
20%	الأسبوع السادس	الاختبار الفصلي الأول	1
20%	الأسبوع الثاني عشر	الاختبار الفصلي الثاني	2
10%	طول الفصل الدراسي	الواجبات	3
50%	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	الاختبار النهائي	4
			...

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

د. زكريا عزام، عبد الباسط حسونة، د. مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث: بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة رقم 12، 2021.	المرجع الرئيس للمقرر
Principles of Marketing: An Intro, by Armstrong, G. and Kotler, P., Published by: Prentice Hall, 10th edition (2011).	المراجع المساندة
- رابط المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfnl.gov.sa	أخرى
لا توجد	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

طرق التقييم	المقيّمون	مجالات التقييم
مباشر	عضو هيئة التدريس	نتائج الطلاب
غير مباشر	الطلاب	تقييم الطلاب للمقرر الدراسي والاداء التدريسي
غير مباشر	أرباب العمل	رضا ارباب العمل عن مخرجات تعلم البرنامج
مباشر	عضو هيئة تدريس نظير	تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير
		أخرى

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