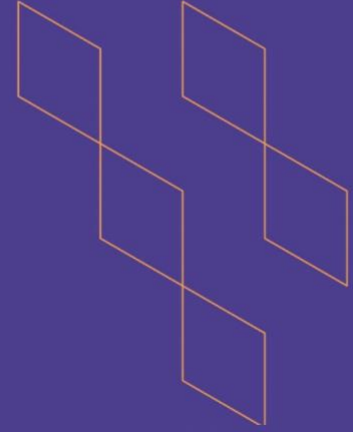




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



| |
|--|
| اسم المقرر: التسويق البيئي |
| رمز المقرر: 443 تسق-2 |
| البرنامج: برنامج التسويق والتجارة الإلكترونية |
| القسم العلمي: قسم التسويق والتجارة الإلكترونية |
| الكلية: إدارة الأعمال |
| المؤسسة: جامعة نجران |
| نسخة التوصيف: الثانية |
| تاريخ آخر مراجعة: 1445-8-24 هـ |



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: (2 ساعة معتمدة)

2. نوع المقرر

| | | | | | |
|---|--------------------------------------|---|--|-------------------------------------|-------------------------------|
| أ | <input type="checkbox"/> متطلب جامعة | <input type="checkbox"/> متطلب كلية | <input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص | <input type="checkbox"/> متطلب مسار | <input type="checkbox"/> أخرى |
| ب | <input type="checkbox"/> إجباري | <input checked="" type="checkbox"/> اختياري | | | |

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السابع)

4. الوصف العام للمقرر

يعتمد هذا المقرر على فلسفة التسويق البيئي التي تعتبر من المفاهيم الحديثة على مستوى منظمات الاعمال وان تطبيق هذه الفلسفة يعمل على تحقيق الاداء التسويقي الناجح والفعال لمنظمات الاعمال. فهي تسعى الى تحقيق رضا الزبون من خلال تقديم منتجات ترضي احتياجاتهم ورغباتهم وكذلك تحقيق الربحية للمنظمة. بالإضافة الى العمل على عدم الاضرار بالبيئية المحيطة وتقليل الهدر بالموارد الطبيعية.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف المقرر الى اكساب الطالب المعارف و المهارات اللازمة حول التسويق الأخضر و أهميته في منظمات الاعمال الحديثة من خلال تعريفهم بمفهوم التسويق الأخضر و عناصره و ماهية المنتجات الخضراء و الية توزيعها و ترويجها و تسعيرها و علاقة التسويق الأخضر بباقي عناصر الإدارة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

| م | نمط التعليم | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|--------------------|-----------------------|--------|
| 1 | التعليم التقليدي | | |
| 2 | التعليم الإلكتروني | | |
| 3 | التعليم المدمج | | |

| م | نمط التعليم | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|--|-----------------------|--------|
| | <ul style="list-style-type: none"> التعليم التقليدي التعليم الإلكتروني | | |
| 4 | التعليم عن بعد | 30 ساعة | % 100 |

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

| م | النشاط | ساعات التعلم | النسبة |
|---|-----------------|--------------|--------|
| 1 | محاضرات | 30 ساعة | %100 |
| 2 | معمل أو إستوديو | | |
| 3 | ميداني | | |
| 4 | دروس إضافية | | |
| 5 | أخرى | | |
| | الإجمالي | 30 ساعة | %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 : المصطلحات و المفاهيم المتعلقة بمفهوم التسويق البيئي | 1ع | المحاضرات – العصف الذهني والمناقشة والحوار --التعلم الذاتي – عروض تقديمية | الإختبارات الفصلية والنهائية |
| 1.2 | يذكر: عناصر نظام الإدارة البيئية, و مفهوم المواصفة, أنواع المشتريات الصناعية و إرشادات حول تحقيق الشراء الأخضر- آلية توزيع المنتجات الخضراء و ترويجها, الاتجاهات الفكرية في تطور التسويق البيئي و نموذج Peattie ونظام البيئة الطبيعية | 3ع | المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني – الحوار والمناقشة – عروض تقديمية – اسلوب حل المشكلات | الاختبارات الفصلية والنهائية |
| 2.0 | المهارات | | | |
| 2.1 | يطبق: حالات دراسية في التسويق الأخضر | 1م | المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار. | الاختبارات الفصلية والنهائية |
| 2.2 | يحلل: مكونات وأجزاء سوق المستهلك الأخضر- و دورة حياة المنتج الأخضر- عناصر المزيج التسويقي و علاقة المزيج التسويقي التقليدي بالمزيج التسويقي الأخضر | 2م | المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار | الاختبارات الفصلية والنهائية |



| الرمز | نواتج التعلم | رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج | استراتيجيات التدريس | طرق التقييم |
|-------|---|-----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| 3.0 | القيم والاستقلالية والمسؤولية | | | |
| 3.1 | يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه. | ق1 | التعلم الذاتي - التعلم التعاوني | تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات |
| 3.2 | يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل المشكلات التسويقية وقادراً على المبادرة والابتكار. | ق2 | التعلم الذاتي - التعلم التعاوني | تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات |
| 3.3 | يظهر الطالب القيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين. | ق3 | التعلم الذاتي - التعلم التعاوني | تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات | الساعات التدريسية المتوقعة |
|---------|---|----------------------------|
| 1 | مدخل في التسويق و التسويق الأخضر- (تعريف التسويق, الاتجاهات الفكرية في تطور التسويق, مفهوم و تعريف التسويق الأخضر) | 4 |
| 2 | البيئة الطبيعية و التسويق الأخضر- (مفهوم البيئة الطبيعية, البيئة الطبيعية و التسويق, نظام الإدارة البيئية, مفهوم المواصفة, التسويق الأخضر و المواصفة) | 2 |
| 3 | المزيج التسويقي(البداية التاريخية لمفهوم المزيج التسويقي, مفهوم المزيج التسويقي, المزيج التسويقي التقليدي و المزيج التسويقي الأخضر, نموذج Peattie عناصر المزيج التسويقي) | 4 |
| 4 | المستهلك الأخضر- (سلوك المستهلك, سلوك المستهلك الأخضر, نماذج سلوك المستهلك, العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك) | 2 |
| 5 | تجزئة سوق المستهلك الأخضر (تعريف السوق, متطلبات السوق, أنواع الأسواق, خطوات تجزئة الأسواق) | 2 |
| 6 | الشراء الأخضر- لمنظمات الاعمال (وظيفة الشراء في المنظمات الصناعية, أنواع المشتريات للمنظمات الصناعية, مفهوم الشراء الأخضر- الشراء الأخضر- للمدخلات الإنتاجية, إرشادات حول تحقيق الشراء الأخضر) | 4 |
| 7 | المنتج الأخضر- (ما هو المنتج, المنتج الأخضر- المنتج الصديق للبيئة , الفرق البيئية, التصنيع الأخضر- تطوير المنتج الأخضر, دورة حياة المنتج الأخضر) | 2 |
| 8 | التسعير على وفق مدخل التسويق الأخضر- (تعريف السعر, أهداف السعر, التسعير على وفق مدخل التسويق الأخضر, العوامل المؤثرة في قرارات التسعير, طرق التسعير) | 2 |
| 9 | ترويج المنتجات الخضراء (تعريف الترويج, أهداف الترويج, المزيج الترويجي) | 2 |
| 10 | توزيع المنتجات الخضراء(طبيعة التوزيع , القنوات التوزيعية, اختيار قنوات التوزيع, وظائف القنوات التوزيعية, مستويات القنوات التوزيعية, عملية التدوير, التوزيع المادي, نظرة التوزيع للتوزيع المادي) | 2 |
| 11 | حالات دراسية في التسويق الأخضر | 4 |
| المجموع | | 30 |

د. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|---|---------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 1 | إختبار تحريري فصلي | الأسبوع الثامن | 30% |
| 2 | واجبات | على مدار الفصل الدراسي | 20% |
| 3 | إختبار تحريري نهائي | يحدد من إدارة القبول و التسجيل | 50% |

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

| | |
|----------------------|---|
| المرجع الرئيس للمقرر | التسويق الأخضر، ا.د. ثامر البكري، أحمد نزار النوري، دار اليازوردي العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن. 2007 |
| المراجع المساندة | لا توجد |
| المصادر الإلكترونية | 1- رابط المكتبة الرقمية السعودية : https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx 2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية : https://www.kfnl.gov.sa |
| أخرى | لا توجد |

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

و. تقويم جودة المقرر:

| مجالات التقويم | المقيمون | طرق التقييم |
|--------------------------------|--|---|
| فاعلية التدريس | الطلاب + لجنة الخطط والمناهج | مباشر : الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانات الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة. |
| فاعلية طرق تقييم الطلاب | عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط و المناهج | مباشر : الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل إتساق أسئلة الإختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الإختبارية. |
| مصادر التعلم | أعضاء هيئة التدريس + الطلاب | غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات |
| مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر | عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط و المناهج | غير مباشر : عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل. |
| أخرى | عضو هيئة تدريس نظير | مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير |

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 |