



# توصيف المقرر الدراسي

## — (بكالوريوس)

اسم المقرر: مصطلحات في التسويق والتجارة الالكترونية باللغة الانجليزية

رمز المقرر: 324 تسق-2

البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية

القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية

الكلية: إدارة الأعمال

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: الثانية

تاريخ آخر مراجعة: 1445-8-24 هـ



### جدول المحتويات

- 3..... أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
- 4..... ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
- 5..... ج. موضوعات المقرر.....
- 5..... د. أنشطة تقييم الطلبة.....
- 5..... هـ. مصادر التعلم والمرافق:
- 6..... و. تقويم جودة المقرر:
- 7..... ز. اعتماد التوصيف:



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

### 1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (2 ساعة)

### 2. نوع المقرر

أ -  متطلب جامعة  متطلب كلية  متطلب تخصص  متطلب مسار  أخرى

ب -  إجباري  اختياري

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

### 4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر أهم المصطلحات الإنجليزية في مجال التسويق ويضعها في سياقات مختلفة وفق الأطر والمواضيع الأكاديمية ضمن هذا التخصص.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

### 7. الهدف الرئيس للمقرر

يسعى المقرر لإكساب الطلبة القدرة على ممارسة وتوظيف المصطلحات الإنجليزية ذات العلاقة بتخصص التسويق في سياقاتها السليمة، علاوةً على التعرف عليها بشكل موسع في مرحلة مبكرة.

### 2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	التعليم التقليدي	30 ساعة	100 %
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>التعليم التقليدي</li> <li>التعليم الإلكتروني</li> </ul>		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
4	التعليم عن بعد		

### 3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30	100%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	30	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 الإنجليزية التسويقية في مختلف فروع التسويق التقليدي والرقمي.	1ع	المحاضرات - العصف الذهني والمناقشة والحوار -التعلم الذاتي - عروض تقديمية	الإختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يذكر : استخدام كل مصطلح من المصطلحات في اللغة الإنجليزية.	3ع	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني - الحوار والمناقشة - عروض تقديمية - أسلوب حل المشكلات	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق: هذه المصطلحات في الأنشطة التسويقية بالطريقة السليمة.	1م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يحلل : هذه المصطلحات عند تحليل البيانات التسويقية، وكذلك في حياته العملية.	2م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	الاختبارات الفصلية والنهائية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قياديا أو عضوا فيه.	1ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل المشكلات	2ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
	التسويقية وقادرا على المبادرة والابتكار.			
3.3	يظهر الطالب القيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	3ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	أساسيات التسويق (المزيج التسويقي، تحليل SWOT، استراتيجية وبيئة التسويق)	4
2	تطوير المنتجات والعصف الذهني ودورة حياة المنتج	4
3	تكوين العلامة الذهنية للعلامة التجارية	4
4	تقسيم السوق، احتياجات وسلوكيات العميل، إدارة علاقات العملاء وبرامج الولاء	4
5	التسعير (الاستراتيجية والميزانية)	4
6	التوزيع واللوجستيات في التسويق	4
7	الدعاية والترويج والمحتوى المرتبط بالعلامة التجارية	2
8	التغليف والشعارات التسويقية	2
9	العلاقات العامة في التسويق	2
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:

Farrall, C., & Lindsley, M. (2009). Professional English in use: marketing. Cambridge University Press.	المرجع الرئيس للمقرر
Robinson, N. (2010). Cambridge English for Marketing. Ernst Klett Sprachen.	المراجع المساندة
Cambridge English for Marketing: <a href="https://www.cambridge.es/en/catalogue/business-english/other-titles/cambridge-english-for/marketing">https://www.cambridge.es/en/catalogue/business-english/other-titles/cambridge-english-for/marketing</a>	المصادر الإلكترونية
لا توجد	أخرى

## 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)

## و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
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.	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية التدريس
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).	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	مصادر التعلم
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.	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	عضو هيئة تدريس نظير	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 الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

