



اعتماد
NCAAA
T15

توصيف المقرر الدراسي (مرحلة الدراسات العليا)

اسم المقرر:	إدارة التسويق الحديثة
رمز المقرر:	6101-دار
البرنامج:	ماجستير إدارة الأعمال التنفيذي
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	كلية الأعمال
تاريخ اعتماد التوصيف:	

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 3
1. الوصف العام للمقرر: 3
2. الهدف الرئيس للمقرر 3
3. مخرجات التعلم للمقرر: 3
- ج. موضوعات المقرر 4
- د. التدريس والتقييم: 5
1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 5
2. أنشطة تقييم الطلبة 5
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 6
- و - مصادر التعلم والمرافق: 6
1. قائمة مصادر التعلم: 6
2. المرافق والتجهيزات التعليمية والبحثية المطلوبة: 6
- ز. تقييم جودة المقرر: 6
- ح. اعتماد التوصيف 7



أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3
2. نوع المقرر: <input checked="" type="checkbox"/> إجباري <input type="checkbox"/> اختياري
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر المستوى الأول
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)
5. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت)

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	3	100
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

7. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
1	محاضرات	3
2	معمل أو إستوديو	**
3	حلقات بحث	**
4	أخرى (تذكر)	**
الإجمالي		

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر: يتناول المقرر أهم الموضوعات المتعلقة بالتسويق منها : التسويق: أسس و مفاهيم – التخطيط الإستراتيجي في التسويق – خطوات التخطيط الإستراتيجي في التسويق – إدارة المعلومات السوقية – سلوك المستهلك – التجزئة السوقية – إدارة المنتجات – إدارة التسعير – إدارة قنوات التوزيع – الترويج التجاري – الرقابة التسويقية
2. الهدف الرئيس للمقرر : يوضح هذا المقرر الدور الإستراتيجي المهم للتسويق داخل المنظمات و يبين المفاهيم الأساسية والاطر الفكرية والوظائف الرئيسية للتسويق.

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
2ع	1.1 أن يذكر الطالب أهم النظريات و المفاهيم المرتبطة بالتسويق
2ع	1.2 أن يتعرف الطالب على عناصر البيئة التسويقية الحديثة و بحوث التسويق و السلوك الشرائي للمستهلك و مؤسسات الأعمال
	2 المهارات
2م	2.1 يطبق المعارف و المهارات المكتسبة لوضع مزيج تسويقي متكامل

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر	القيم
		3
1ق	يعمل في مجال التسويق بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية	3.1

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	الفصل الأول: المفهوم العلمي للتسويق و أهميته في العصر الحديث ماهية التسويق المنافع التي يخلقها التسويق أهداف التسويق مراحل تطور مفهوم التسويق دراسة مقال علمي	3
2	الفصل الثاني: التخطيط الإستراتيجي للنشاط التسويقي تعريف التخطيط الاستراتيجي تحليل البيئة البيئة التنافسية عملية التخطيط الاستراتيجي و مراحلها تمرين تطبيقي: مصفوفة بوستن دراسة مقال علمي	9
3	الفصل الثالث: السلوك الشرائي للعملاء أنواع العملاء عملية اتخاذ قرار الشراء المواقف الشرائية تحليل سلوك المستهلك النهائي سلوك المشتري الصناعي مرحلة ما بعد الشراء – الرضا و الولاء دراسة مقال علمي	6
4	الفصل الرابع: نظم المعلومات التسويقية و بحوث التسويق نظم المعلومات التسويقية بحوث التسويق دراسة مقال علمي	3
5	الفصل الخامس: تقسيم السوق إلى قطاعات سوقية تقسيم السوق و مزاياه استراتيجيات تغطية السوق دراسة مقال علمي	3
6	الفصل السادس: إدارة المنتجات : السلع و الخدمات تعريف المنتج تسويق الخدمات تصنيف المنتجات القرارات الخاصة بالعلامات التجارية دورة حياة المنتجات استراتيجيات المنتجات الجديدة دراسة مقال علمي	6
7	الفصل السابع: إدارة السعر و عملية التسعير تعريف و طبيعة السعر أهداف التسعير العوامل المؤثرة على عملية التسعير طرق تحديد الأسعار سياسات التسعير	6

	دراسة مقال علمي	
6	الفصل الثامن: إدارة المزيج الترويجي اهداف الترويج نظرية الاتصالات رسم الاستراتيجيات الترويجية عناصر المزيج الترويجي دراسة مقال علمي	8
3	الفصل التاسع: ادارة منافذ التوزيع تعريف منافذ التوزيع استراتيجيات تغطية السوق إدارة المخزون (حالة تطبيقية) دراسة مقال علمي	9
45	المجموع	

د. التدريس والتقييم:

1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم		
1.1	أن يذكر الطالب أهم النظريات و المفاهيم المرتبطة بالتسويق	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
1.2	أن يتعرف الطالب على عناصر البيئة التسويقية الحديثة و بحوث التسويق و السلوك الشرائي للمستهلك و مؤسسات الأعمال	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
2.0	المهارات		
2.1	يطبق المعارف و المهارات المكتسبة لوضع مزيج تسويقي متكامل	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.0	القيم		
3.1	يعمل في مجال التسويق بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات

2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	5	30
2	أعمال فصالية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 10	30
3	الاختبار النهائي	12	40

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

يقوم مدرس المقرر بالرد على استفسارات الطلاب و إرشادهم خلال ساعة أسبوعيا عبر وسائل التواصل الرسمية.

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

أساسيات ادارة التسويق الحديث احمد ابراهيم غنيم خوارزم العلمية – الطبعة الثانية - 2017	المراجع الرئيسية للمقرر
إدارة التسويق الحديث مدخل معاصر د.علي فلاح الزعبي دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة – 2016 Marketing: Concepts and Strategies .Dibb, S. & Simkin, L th Edition. Abingdon, UK: Houghton Mifflin5 Marketing Management Kotler, P. & Keller, K Prentice Hall, 14th Edition, 2012	المراجع المساندة
متنوعة	المصادر الإلكترونية
دراسة حالات	أخرى

2. المرافق والتجهيزات التعليمية والبحثية المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعات مجهزة	المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
عرض الشرائح على video projector	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
****	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

ز. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقويم
إستطلاعات الرأي	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	فاعلية التدريس و التقويم
إستطلاعات الرأي المقابلات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	المنهاج و الخطة الدراسية
إستطلاعات الرأي المقابلات الزيارات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – الموظفون – المراجع المستقل	مراجع التعلم

مجالات التقويم (مثل: فاعلية التدريس، فاعلة طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر، مصادر التعلم ... إلخ) المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

