



اعتماد  
NCAAA

T15

## توصيف المقرر الدراسي (مرحلة الدراسات العليا)

اسم المقرر:	إدارة التسويق الحديثة
رمز المقرر:	501 دار
البرنامج:	ماجستير إدارة الأعمال التنفيذي
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	كلية الأعمال/ جامعة الملك خالد

المحتويات

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

3

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

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 السنة الأولى/المستوى الأول
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا توجد
5. المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	45	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	45
2	معمل أو إستوديو	-
3	حلقات بحث	-
4	أخرى (تذكر)	-
	الإجمالي	45

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر: يتناول المقرر أهم الموضوعات المتعلقة بالتسويق منها: التسويق: أسس ومفاهيم – 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 ويبين المفاهيم الأساسية والاطر الفكرية والوظائف الرئيسية التسويقية.

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
1ع	1.1 أن يتعرف الطالب على أهم النظريات والمفاهيم المرتبطة بالتسويق
2ع	1.2 أن يتعرف الطالب على عناصر البيئة التسويقية الحديثة وبحوث التسويق والسلوك الشرائي للمستهلك ومؤسسات الأعمال
	2 المهارات
2م، 3م	2.1 يطبق المعارف والمهارات المكتسبة لوضع مزيج تسويقي متكامل
	3 القيم
1ق، 3ق	3.1 يعمل في مجال التسويق بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	عدد الاسبوع	ساعات الاتصال
1	الفصل الأول: المفهوم العلمي للتسويق وأهميته في العصر الحديث ماهية التسويق المنافع التي يخلقها التسويق أهداف التسويق مراحل تطور مفهوم التسويق دراسة مقال علمي	2	6
2	الفصل الثاني: التخطيط الإستراتيجي للنشاط التسويقي تعريف التخطيط الاستراتيجي تحليل البيئة البيئة التنافسية عملية التخطيط الاستراتيجي ومراحله تمرين تطبيقي: مصفوفة بوستن دراسة مقال علمي	2	6
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 والولاء دراسة مقال علمي	2	6
4	الفصل الرابع: نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق نظم المعلومات التسويقية بحوث التسويق دراسة مقال علمي	1	3
5	الفصل الخامس: تقسيم السوق إلى قطاعات سوقية تقسيم السوق ومزاياه استراتيجيات تغطية السوق دراسة مقال علمي	1	3
6	الفصل السادس: إدارة المنتجات: السلع والخدمات تعريف المنتج تسويق الخدمات تصنيف المنتجات القرارات الخاصة بالعلامات التجارية دورة حياة المنتجات استراتيجيات المنتجات الجديدة دراسة مقال علمي	2	6
7	الفصل السابع: إدارة السعر وعملية التسعير تعريف وطبيعة السعر أهداف التسعير العوامل المؤثرة على عملية التسعير طرق تحديد الأسعار سياسات التسعير دراسة مقال علمي	2	6
8	الفصل الثامن: إدارة المزيج الترويجي اهداف الترويج نظرية الاتصالات رسم الاستراتيجية الترويجية	2	6

		عناصر المزيج الترويجي دراسة مقال علمي
3	1	الفصل التاسع: ادارة منافذ التوزيع تعريف منافذ التوزيع استراتيجيات تغطية السوق إدارة المخزون (حالة تطبيقية) دراسة مقال علمي
45	15	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	<b>المعرفة والفهم</b>		
1.1	أن يذكر الطالب أهم النظريات والمفاهيم المرتبطة بالتسويق	-المحاضرات الصفية -الحوار والمناقشات الفردية والجماعية.	الاختبارات التحريرية تقييم الواجبات إعداد الأوراق البحثية - تقييم الأوراق البحثية
1.2	أن يتعرف الطالب على عناصر البيئة التسويقية الحديثة وبحوث التسويق والسلوك الشرائي للمستهلك ومؤسسات الأعمال	-المحاضرات الصفية -الحوار والمناقشات الفردية والجماعية.	الاختبارات التحريرية تقييم الواجبات إعداد الأوراق البحثية - تقييم الأوراق البحثية
2.0	<b>المهارات</b>		
2.1	يطبق المعارف والمهارات المكتسبة لوضع مزيج تسويقي متكامل	-التعلم التعاوني -العصف الذهني -تمثيل الأدوار -التعلم الذاتي.	الاختبارات التحريرية تقييم الواجبات إعداد الأوراق البحثية - تقييم الأوراق البحثية - المنتديات المقومة
3.0	<b>القيم</b>		
3.1	يعمل في مجال التسويق بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية	-التعلم التعاوني. -طرق البحث العلمي في حل المشكلات.	- تقييم التكاليف وأوراق العمل. - تقييم الأوراق البحثية . المنتديات المقومة . العروض الصفية . المناقشات العلمية.

#### 2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	8	30
2	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 15	30
3	الاختبار النهائي	16	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 وارشادهم خلال ساعة أسبوعيا عبر وسائل التواصل الرسمية ومن خلال الساعات المكتبية.

و - مصادر التعلم والمرافق:  
1. قائمة مصادر التعلم:

أساسيات ادارة التسويق الحديث احمد ابراهيم غنيم خوارزم العلمية - الطبعة الثانية - 2017	المراجع الرئيسة للمقرر
إدارة التسويق الحديث مدخل معاصر د. علي فلاح الزعبي دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة - 2016 Marketing: Concepts and Strategies Dibb, S. & Simkin, L. 5th Edition. Abingdon, UK: Houghton Mifflin 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 projector	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
***	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

ز. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
(مباشر) قياس مخرجات التعلم (غير مباشر) استطلاعات الرأي	أعضاء هيئة التدريس الطلاب	فاعلية التدريس
(مباشر) تحليل نتائج الطلاب في الاختبارات (غير مباشر) استطلاعات الرأي	أعضاء هيئة التدريس المراجع النظير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
(غير مباشر) استطلاع آراء منسوبي البرنامج عن مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات	قيادات البرنامج - أعضاء هيئة التدريس - موظفين - طلاب	مصادر التعلم
(مباشر) نتائج قياس مخرجات التعلم (غير مباشر) استطلاع آراء الطلاب حول جودة المقرر	أعضاء هيئة التدريس الطلاب	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
لا يوجد		أخرى

مجالات التقييم (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

مجلس قسم إدارة الأعمال	جهة الاعتماد
السادسة عشر	رقم الجلسة
1443/10/22 هـ	تاريخ الجلسة