



اعتماد
NCAAA
T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

| | |
|---------------|--------------------------------------|
| اسم المقرر: | أسس واتجاهات التسويق المعاصر |
| رمز المقرر: | 661 تسق-3 |
| البرنامج: | الماجستير الأكاديمي في إدارة الأعمال |
| القسم العلمي: | إدارة الأعمال |
| الكلية: | الأعمال |
| المؤسسة: | جامعة الملك خالد |

المحتويات

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



أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

| |
|---|
| 1. الساعات المعتمدة: 3 ساعات في الاسبوع |
| 2. نوع المقرر |
| أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input checked="" type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى |
| ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري |
| 3. السنة / الثانية المستوى الثالث |
| 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 | 20 | 70 |
| 2 | التعليم المدمج | - | - |
| 3 | التعليم الإلكتروني | 15 | 30 |
| 4 | التعليم عن بعد | - | - |
| 5 | أخرى | - | - |

7. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

| م | النشاط | ساعات التعلم |
|---|---------------------------|--------------|
| 1 | محاضرات | 30 |
| 2 | معمل أو أستوديو | |
| 3 | دروس إضافية | |
| 4 | أخرى (تذكر) فصول افتراضية | 15 |
| | الإجمالي | 45 |

| 1. الوصف العام للمقرر: | | |
|--|--------------|--|
| 1. الموضوعات التي ينبغي تناولها: | | |
| ساعات التدريس | عدد الأسابيع | قائمة الموضوعات |
| 6 | 2 | تعريف التسويق المفاهيم المرتبطة بالتسويق العلاقة مع العميل استراتيجيات التسويق المزيج التسويقي المجهود التسويقي- |
| 9 | 3 | البيئة التسويقية وسلوك المستهلك البيئة التسويقية العامة بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقية سلوك المستهلك |
| 15 | 5 | الاستراتيجيات التسويقية المندفعة من العميل تجزئة السوق والاستهداف وتحديد الموقع التنافسي المنتجات والخدمات والعلامات التجارية وبناء القيمة للمستهلكين إدارة المنتجات الجديدة التسعير استراتيجيات الترويج المتكاملة التوزيع (الاستراتيجيات المعاصرة والتسويق المباشر) |
| 6 | 2 | الاستراتيجيات التسويقية خلق الميزة التنافسية خلق العلاقة مع العميل خلق القيمة للعميل الاستراتيجيات التنافسية. |
| 6 | 2 | التسويق الدولي والتسويق الإلكتروني التسويق الدولي التسويق الإلكتروني |
| 3 | 1 | التسويق المستدام وأخلاقيات التسويق المسؤولية الاجتماعية والبيئة والأخلاقية للتسويق. |
| <p>2. الهدف الرئيس للمقرر</p> <p>يهدف هذا المقرر إلى إعطاء الطالب فكرة عامة عن الأسس والنظريات والاستراتيجيات التسويقية الداعمة لتحقيق أهداف المنشآت وخلق القيمة لفائدة المستهلكين. يبرز أيضا هذا المقرر قدرة التسويق على التأقلم مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية الحالية حين يقدم التسويق الدولي والتسويق الإلكتروني وأخلاقيات التسويق ومفاهيم أخرى .</p> <p>ويمكن حصر أهداف المقرر في:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ التعريف بالمبادئ والمفاهيم الأساسية للتسويق وإيضاح مدى تطور هذا التخصص عبر التاريخ. ❖ تمكين الطالب من معرفة الآليات الاقتصادية والاجتماعية والشخصية والنفسية المحددة لقرار الشراء لدى الأفراد بالإضافة إلى مراحل وأهداف ومخرجات بحوث التسويق ❖ إيضاح وتفسير قواعد إرساء علاقات طويلة المدى مع العملاء وأساسيات تصميم المنتجات وتقديم الخدمات والتسعير والتوزيع والترويج. ❖ توضيح الدور المتصاعد لمفاهيم مثل القيمة والتكامل ورأس المال العلامة التجارية وغيرها في تحديد الاتجاهات.. ❖ التسويقية الحالية وخلق ميزة تنافسية للمنشآت. ❖ تقديم فكرة عن التسويق الدولي والتسويق الإلكتروني ❖ التعريف بالأبعاد البيئية والاجتماعية والأخلاقية للتسويق المعاصر ❖ دراسة حالات ومشكلات تسويقية ذات الصلة بالعالم العربي (المرجع الرئيسي للمقرر موجه نحو العالم العربي) | | |

3. مخرجات التعلم للمقرر:

| رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج | مخرجات التعلم للمقرر |
|----------------------------------|--|
| | 1 المعرفة والفهم |
| 1ع | 1.1 يتعرف على الأسس والمفاهيم والاستراتيجيات الأساسية للتسويق |
| 3ع | 1.2 ان يفهم البيئة التسويقية المحلية والدولية وبحوث التسويق والسلوك الشرائي المستهلك |
| | 2 المهارات |
| 1م | 2.1 القدرة على بناء وتصميم الاستراتيجيات التسويقية |
| 3م | 2.2 القدرة على دراسة السوق وتحليل الاستراتيجيات التسويقية التنافسية |
| | 3 القيم |
| 1ق | 3.1 يشارك الطالب بفعالية ضمن مجموعات بحثية ويتحمل مسؤولية القرارات |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات | ساعات الاتصال |
|----|--|---------------|
| 1 | تعريف التسويق المفاهيم المرتبطة بالتسويق العلاقة مع العميل استراتيجيات التسويق المزيج التسويقي المجهود التسويقي- البيئة التسويقية وسلوك المستهلك | 6 |
| 2 | البيئة التسويقية العامة بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقية سلوك المستهلك | 9 |
| 3 | الاستراتيجيات التسويقية المندفعة من العميل تجزئة السوق والاستهداف وتحديد الموقع التنافسي المنتجات والخدمات والعلامات التجارية وبناء القيمة للمستهلكين إدارة المنتجات الجديدة التسعير استراتيجيات الترويج المتكاملة التوزيع (الاستراتيجيات المعاصرة والتسويق المباشر) | 15 |
| 4 | الاستراتيجيات التسويقية خلق الميزة التنافسية خلق العلاقة مع العميل خلق القيمة للعميل الاستراتيجيات التنافسية. | 6 |
| 5 | التسويق الدولي والتسويق الالكتروني التسويق الدولي التسويق الالكتروني | 6 |
| 6 | التسويق المستدام وأخلاقيات التسويق المسؤولية الاجتماعية والبيئة والأخلاقية للتسويق. | 3 |
| 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 | يتعرف على الأسس والمفاهيم والاستراتيجيات الأساسية للتسويق | المحاضرات الدراسية، المناقشات العلمية | الاختبارات والواجبات |
| 1.2 | ان يفهم البيئة التسويقية المحلية والدولية وبحوث التسويق والسلوك الشرائي المستهلك | الانشطة، والتكليفات الجماعية والفردية | التقييم المباشر للأنشطة والتكليفات. |

| الرمز | مخرجات التعلم | استراتيجيات التدريس | طرق التقييم |
|-------|---|--|--|
| 2.0 | المهارات | | |
| 2.1 | القدرة على بناء وتصميم الاستراتيجيات التسويقية | المحاضرة الدراسية. الحوار العلمي التعلم الذاتي | تقييم الأنشطة التي يكلف بها الطالب خلال الفصل الدراسي. الاختبارات الدورية. المشاركة في المنتديات على موقع التعلم الإلكتروني. |
| 2.2 | القدرة على دراسة السوق وتحليل الاستراتيجيات التسويقية التنافسية | المحاضرة الدراسية. الحوار العلمي التعلم الذاتي | تقييم الأنشطة التي يكلف بها الطالب خلال الفصل الدراسي. الاختبارات الدورية. المشاركة في المنتديات على موقع التعلم الإلكتروني. |
| 3.0 | القيم | | |
| 3.1 | يشترك بفعالية ضمن مجموعات بحثية ويتحمل مسؤولية القرارات | التدريب العملي، والتطبيق | الملاحظة والتقييم المستمر |

2. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|---|-------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| 1 | واجبات – مشروعات جماعية | كل اسبوعين | 20 |
| 2 | اختبار تحريري فصلي | السايع | 30 |
| 3 | اختبار تحريري نهائي | الخامس عشر | 50 |

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

ترتيبات إتاحة أعضاء هيئة التدريس والهيئة التعليمية للاستشارات والإرشاد الأكاديمي الخاص لكل طالب من خلال استغلال الساعات المكتبية (10 ساعات اسبوعياً).

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

| | |
|--|----------------------|
| أ.د. ثامر البكري، 2019، إستراتيجيات التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع | المرجع الرئيس للمقرر |
| | المراجع المساندة |
| | المصادر الإلكترونية |
| | أخرى |

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| العناصر | متطلبات المقرر |
|---|---|
| المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ) | فصل دراسي بسعة (25) طالبًا مجهز بوسائل عرض حديثة. |

| متطلبات المقرر | العناصر |
|-----------------------------------|---|
| جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية | التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات) |
| معمل حاسب آلي | تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص) |

ز. تقويم جودة المقرر:

| طرق التقييم | المقيمون | مجالات التقييم |
|--|--|------------------------------|
| الاستبيانات ومنتدى المناقشات على البلاك بورد. | أعضاء هيئة التدريس وحدة القياس والتقييم | استطلاع آراء ومقترحات الطلاب |
| تحليل نتائج الطلاب في الاختبارات الفصلية والنهائية | أعضاء هيئة التدريس وحدة القياس والتقييم | التقويم المستمر. |

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

| | |
|--|--------------|
| | جهة الاعتماد |
| | رقم الجلسة |
| | تاريخ الجلسة |