



اعتماد
NCAAA

T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

بحوث التسويق	اسم المقرر:
(421 تسق3)	رمز المقرر:
التسويق و التجارة الالكترونية (بكالوريوس)	البرنامج:
التسويق و التجارة الالكترونية	القسم العلمي:
الأعمال	الكلية:
جامعة الملك خالد	المؤسسة:



المحتويات

3	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:
4	ج. موضوعات المقرر
5	د. التدريس والتقييم:
5	1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم
6	2. أنشطة تقييم الطلبة
7	هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:
7	و - مصادر التعلم والمرافق:
7	1. قائمة مصادر التعلم:
7	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:
7	ز. تقويم جودة المقرر:
8	ح. اعتماد التوصيف

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3
2. نوع المقرر أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input type="checkbox"/> متطلب قسم ٧ <input type="checkbox"/> أخرى <input type="checkbox"/> ب. <input type="checkbox"/> إجباري ٧ <input type="checkbox"/> اختياري <input type="checkbox"/>
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر السنة الثالثة – المستوى السادس
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 101-تسق مبادئ التسويق
5. المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	2	67
2	التعليم المدمج	**	
3	التعليم الإلكتروني	1	33
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	دروس إضافية	**
4	أخرى (تذكر)	**
	الإجمالي	3

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر:

يهدف المقرر إلى التعريف بأساسيات وتطبيقات بحوث التسويق وكيفية إجراء بحث تسويقي لحل مشكلة أو المساعدة في اتخاذ قرار معين

2. الهدف الرئيس للمقرر

على أساسيات، ومجالات، وأنواع بحوث التسويق، خطوات إعداد يسعى هذا المقرر إلى تعريف الطالب البحث التسويقي، من تحديد المشكلة مرورا بأدبيات الدراسة وصياغة الفرضيات. ثم إجراء الدراسة الميدانية بما فيها من اختيار العينة، طريق جمع البيانات مع التركيز على أشهرها كالاستبيانات و المقابلات الشخصية. كما يحتوي المقرر على طرق تحليل البيانات واستخلاص النتائج وكيفية عرض التقرير النهائي. في النهاية يتم التطرق لعدد من الحالات التطبيقية

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
1ع	1.1 يذكر المفاهيم الرئيسية و المبادئ و النظريات في مجال بحوث التسويق
1ع	2.1 يناقش أحدث النظريات و أساليب الممارسة المهنية في مجال بحوث التسويق داخل المنظمات
2ع	3.1 يوجز العناصر البيئية المؤثرة في قرارات بحوث التسويق
5ع	4.1 يقترح الحلول و الاجراءات المناسبة لوضعيات بحوث التسويق
6ع	5.1 يستنتج من نتائج الدراسات و الأبحاث المنجزة في مجال بحوث التسويق نتائج و توصيات ابداعية
	2 المهارات
1م	1.2 يضع في مخطط المعارف المكتسبة في مجال بحوث التسويق
2م	2.2 يعمل بفاعلية كعضو فريق
3م	3.2 يستخدم مجموعة كاملة من مهارات تكنولوجيا المعلومات
4م	4.2 يقيم العمليات التسويقية لمختلف الاستراتيجيات التسويقية
	3 القيم
1ق	1.3 يعمل في مجال بحوث التسويق بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية
2ق	2.3 يحدد الاجراءات المناسبة في عمليات بحوث التسويق
3ق	3.3 يستخدم المبادئ النظرية المرتبطة بحوث التسويق في مجال عمله
4ق	4.3 يستعمل البيانات الداخلية للمنظمة و الخارجية من بيانات معقدة لوضع خطط تسويقية فاعلة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة + عرض توصيف المقرر + نموذج بحوث التسويق	6
2	بحوث التسويق وعلاقتها بإدارة الأعمال	6
3	أنواع بحوث التسويق	6
4	مراحل البحث المكتبي	3
5	مراحل البحث المكتبي	6
6	التعليم وسلوك المستهلك	3
7	مجتمع الدراسة والعينات	6
8	العينات و طرق اختيارها خطوات كتابة التقرير المكتبي	3
	المجموع	جمع البيانات

تحليل البيانات	

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	يذكر المفاهيم الرئيسية و المبادئ و النظريات في مجال بحوث التسويق	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
2.1	يناقش أحدث النظريات و أساليب الممارسة المهنية لإجراء البحوث داخل المنظمات	المحاضرات و المناقشة و الحوار حل المشكلات أنشطة البحث دراسة حالة	الإمتحانات التقارير التحليلية المناقشات الإختبارات بكافة أنواعها
3.1	يوجز العناصر النظرية والميدانية للبحوث	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات التقارير التحليلية المناقشات الإختبارات بكافة أنواعها
4.1	يقترح الحلول و الاجراءات المناسبة لوضعيات تسويقية معقدة	المحاضرات و المناقشة و الحوار حل المشكلات أنشطة البحث دراسة حالة	الإمتحانات التقارير التحليلية المناقشات الإختبارات بكافة أنواعها
5.1	يستنتج من نتائج الدراسات و الأبحاث المنجزة في مجال التسويق نتائج و توصيات ابداعية	المحاضرات و المناقشة و الحوار حل المشكلات أنشطة البحث دراسة حالة	الإمتحانات التقارير التحليلية المناقشات الإختبارات بكافة أنواعها
2.0	المهارات		
1.2	يطبق المعارف و المهارات المكتسبة في اجراء البحوث	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.2	يمارس نشاطا في اجراء البحوث	مشروعات صغيرة	تقديم العروض الفردية أو الجماعية المناقشات
3.2	يستخدم المبادئ النظرية لإدارة المنشآت ذات التوجه التسويقي	دراسة حالة مشروعات صغيرة حل مشكلات	تقديم العروض الفردية أو الجماعية الإختبارات على البلاك بورد
4.2	يقيم العمليات لمختلف خطوات البحوث	دراسة حالة مشروعات صغيرة	تقديم العروض الفردية أو الجماعية

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
		حل مشكلات	الإختبارات على البلاك بورد
3.0	القيم		
1.3	يعمل في مجال البحث بشكل جماعي	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.3	يحدد الاجراءات المناسبة في عمليات اجراء البحوث	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.3	يبادر في تقديم الحلول للمشكلات المرتبطة باجراء البحوث	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
4.3	يتحمل المسؤولية في قراراته المرتبطة بوضعيات معقدة و يتعاون مع الآخرين بشكل كامل و بناء عند معالجة القضايا و المشكلات المتعلقة ببحوث التسويق	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	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 1		
2	الاختبار الفصلي 2	12	25
3	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 9	25
4	الاختبار النهائي	15	50

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 ارشادهم خلال ساعة أسبوعيا عبر وسائل التواصل الرسمية.

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

المراجع	المرجع الرئيس للمقرر
العضاضي سعيد بن علي ، الغامدي عبدالله بن سعيد ، بحوث التسويق (2018م) خورزم	المرجع المساندة

المصادر الإلكترونية	• جي، أبي سعيد الديوه (2011)، "بحوث التسويق"، الدار النموذجية للطباعة والنشر، بيروت
أخرى	مصادر الانترنت

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

ز. تقييم جودة المقرر:

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

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	مجلس قسم إدارة الاعمال
رقم الجلسة	السادسة عشر
تاريخ الجلسة	22/10/1443 هـ

