هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission

اعتماد NCAAA
T4 2020

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	مبادئ التسويق
رمز المقرر:	101-تسق
البرنامج:	التسويق و التجارة الالكترونية (بكالوريوس)
القسم العلمي:	التسويق و التجارة الالكترونية
الكلية:	الأعمال
المؤسسة:	جامعة الملك خالد

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: 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 المطلوبة: 6

ز. تقويم جودة المقرر: 6

ح. اعتماد التوصيف 6

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3
2. نوع المقرر أ. متطلب جامعة ☐ متطلب كلية V متطلب قسم ☐ أخرى ☐ ب. إجباري V اختياري ☐
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر السنة الثانية **المستوى الخامس**
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) **101-مبادئ إدارة الأعمال**
5. المتطلبات المتزامنة 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)	1
	الإجمالي	4

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر:

يقدم هذا المقرر المعارف الأساسية المتعلقة بتطور علم التسويق و البيئة التسويقية و سلوك المستهلك و دراسة و تجزئة و إستهداف السوق و إستراتيجيات المنتج و التسعير و الترويج و التوزيع.

2. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب بخصوصيات التسويق و تطوره التاريخي و بنيته التحتية و أهم النشاطات التسويقية المتعلقة بالمنتج و التسعير و الترويج و التوزيع

3. مخرجات التعلم للمقرر:

	مخرجات التعلم للمقرر	رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج
1	**المعرفة والفهم**	
1.1	يذكر مراحل تطور علم التسويق	ع1
1.2	يتعرف على أهم المفاهيم المرتبطة بالبنية التحتية للتسويق و السوق و المزيج التسويقي	ع1
2	**المهارات**	
2.1	يطبق المهارات المكتسبة لإدارة العمليات التسويقية	م1
2.2	يمارس نشاطا روتينيا في المنظمات التجارية	م2

مخرجات التعلم للمقرر		رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج
3	**القيم**	
3.1	يلتزم بروح الفريق في إنجاز المهام المرتبطة بالتسويق	ق2

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	ما المقصود بالاطار العام؟ - نشأة علم التسويق – العلاقة بين الانتاج والتسويق – مراحل تطور علم التسويق	3
2	تعريف التسويق- المفهوم القديم والحديث - علاقة التسويق ببعض العلوم	3
3	نظم المعلومات التسويقيةMarketing Information system مفهوم نظم المعلومات – نظم المعلومات الادارية – نظم المعلومات التسويقية – عناصر نظم المعلومات التسويقية	3
4	البيئة التسويقية Marketing Environment عناصر البيئة التسويقية: البيئة الكلية – البيئة الجزئية – البيئة الداخلية	6
5	سلوك المستهلك Consumer Behavior تعريف سلوك المستهلك – العناصر المؤثرة في سلوك المستهلك (الثقافية-الاجتماعية-الشخصية-النفسية) – مراحل اتخاذ قرار الشراء	6
6	تجزئة الأسواق Markets Segmentation تعريف التسويق من المنظور التسويقي – معايير تجزئة السوق – مراحل دراسة السوق (تجزئة السوق – الإستهداف – الموقع التنافسي للمنتج)	6
7	المنتج Product مفهوم المنتج – الفرق بين المنتج و الخدمة – مستويات المنتج و الخدمة – العلامة التجارية - تمييز المنتجات – تطوير المنتجات – دورة حياة المنتج	6
8	التسعيرPricing لماذا التسويق هي الإدارة المخولة بتحديدي الأسعار؟ - العوامل التي تؤخذ في الحسبان عند تحديد الاسعار - طرق تسعير المنتجات - استراتيجيات تسعير المنتج الجديد - استراتيجية تغيير السعر - حالة دراسة "محلات الخصومات الدائمة"	6
9	التوزيع The Place تعريف التوزيع - أهمية وظيفة التوزيع - عدد مستويات قنوت التوزيع - أشكال قنوات التوزيع - تجارة الجملة والتجزئة - حالة دراسة "شركة الاسمنت"	3
10	الترويج Promotion تعريف الترويج - خطوات تطوير الاتصالات الفعالة - عناصر المزيج الترويجي - حالة دراسية	3
المجموع		45

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 مراحل تطور علم التسويق	المحاضـــرات و المناقشـــة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
1.2	يتعرف على أهم المفاهيم المرتبطة بالبنية التحتية للتسويق و عناصر السوق و المزيج التسويقي	المحاضـــرات و المناقشـــة و الحوار حل المشكلات أنشطة البحث دراسة حالة	الإمتحانات التقارير التحليلية المناقشات الإختبارات بكافة أنواعها

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.0	**المهارات**		
2.1	يطبق المهارات المكتسبة لإدارة العمليات التسويقية	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.2	يمارس نشاطا روتينيا في المنظمات التجارية	مشروعات صغيرة	تقديم العروض الفردية أو الجماعية المناقشات
3.0	**القيم**		
3.1	يلتزم بروح الفريق في إنجاز المهام المرتبطة بالتسويق	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 الفصلي1	7	20
2	الإختبار الفصلي 2	12	20
2	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 15	10
3	الاختبار النهائي	15	50

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

هـ ـ أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

الساعات المكتبية : 1 ساعة كل أسبوع.

يقوم مدرس المقرر بالرد على استفسارات الطلاب و ارشادهم عبر وسائل التواصل الرسمية

و – مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	**العضاضي، سعيد بن على، (2019) مبادئ التسويق، الطبعة الثالثه، دار إبتسام.**
المراجع المساندة	Dibb & Ferrell (2006). *Marketing Concepts and Strategies.* Fifth European Edition. Cencage Learning
المصادر الإلكترونية	**يحددها أستاذ المقرر**
أخرى	***

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. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس و التقويم	**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 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	