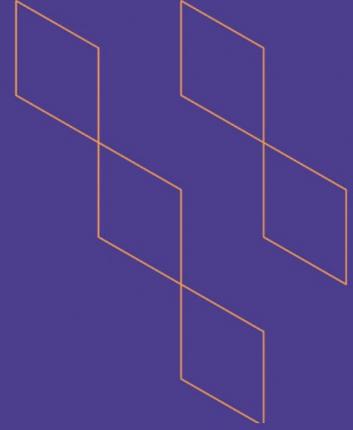




# توصيف المقرر الدراسي

## (بكالوريوس)



اسم المقرر: مبادئ التسويق
رمز المقرر: 25111 تسق
البرنامج: التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: العلوم الادارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة بيشة
نسخة التوصيف: 2
تاريخ آخر مراجعة: 27-8-2023





### جدول المحتويات

- 3..... أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
- 4..... ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
- 5..... ج. موضوعات المقرر
- 5..... د. أنشطة تقييم الطلبة
- 6..... هـ. مصادر التعلم والمرافق:
- 6..... و. تقويم جودة المقرر:
- 7..... ز. اعتماد التوصيف:



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:  
1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (2)

2. نوع المقرر

أ -	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب -	<input type="checkbox"/> إجباري	<input checked="" type="checkbox"/> اختياري			

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: ( السنة الأولى المستوى الاول )

4. الوصف العام للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى إعطاء الطالب فكرة متكاملة عن مفهوم التسويق وممارساته الحديثة، وتحليل البيئة التسويقية، كما يهدف إلى تمكين الطالب الأدوات اللازمة لتجزئة السوق، وفهم وتحليل سلوك المستهلك، وكذلك استخدام نظم المعلومات وبحوث التسويق، بالإضافة إلى إدارة وتطوير المنتج، تحديد السعر، اختيار قنوات التوزيع، ووضع خطة الترويج بما يحقق أهداف المنشأة التسويقية ويلبي حاجات ورغبات المستهلك.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

- الهدف الرئيس للمقرر تمكين الطالب من ممارسة العملية التسويقية وفقاً للمنظور العلمي.
- الاطلاع على احدث الكتب والمراجع العلمية للمقرر .
- تقديم حالات دراسية من أجل التعرف على الاسواق وكيفية التعامل معها.
- تقديم حالات دراسية متكاملة عن مشكلات تسويقية معاصرة وتحليلها وطرح حلول بديلة.
- استخدام حالات عملية مباشرة للتسويق من خلال مواقع الانترنت لبعض الشركات

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	30 ساعة	%100
2	التعليم الإلكتروني	/	/
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	/	/
4	التعليم عن بعد	/	/

### 3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30 ساعة	100%
2	معمل أو إستوديو	/	/
3	ميداني	/	/
4	دروس إضافية	/	/
5	أخرى	/	/
الإجمالي		30 ساعة	100%

### ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>1.0 المعرفة والفهم</b>				
1.1	معرفة الطالب لمقرر التسويق ومتطلباته الأساسية	٢ع،١ع	محاضرات – مناقشة جماعية	الاختبارات (التحريرية والشفهية)
1.2	إلمام الطالب بمفهوم التسويق والعملية التسويقية	٢ع،١ع	الواجبات والمشاركة	
1.3	معرفة البيئة التسويقية ومكوناتها	٣ع	محاضرات – مناقشة جماعية	الاختبارات (التحريرية والشفهية)
1.4	أن يكون لدي الخريج وعيا كافيا بالأنظمة واللوائح الإدارية والتنظيمية في مجال التسويق.	٤ع	الواجبات والمشاركة	
<b>2.0 المهارات</b>				
2.1	مهارة الحصول على المعلومات في مجال التسويق من مصادر موثوقة	١م	المحاضرات والأمثلة التطبيقية	الاختبارات والواجبات المنزلية
2.2	اكتساب الطالب لمهارات تجزئة السوق	٢م	المحاضرة والمناقشة الجماعية	تقييم دكتور المقرر
2.3	مهارة تحديد أنماط سلوك المستهلك وحل مشكلات التسويق	٣م	المحاضرة والأسئلة التطبيقية	الاختبارات وتقييم التكاليف
<b>3.0 القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>				
3.1	القدرة على ابتكار حلول لمشاكل التسويق مستفيدا في ذلك من الجانب النظري	١ق	واجبات جماعية وفردية	تقييم العمل الجماعي ثم تقييم مساهمة كل فرد.
3.2	القدرة على التواصل الفعال شفهيًا وكتابياً والعمل بشكل قيادي وجماعي	٢ق	بحوث فردية وجماعية	تقييم المشروع البحثي

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.3	القدرة على التعامل مع القضايا التسويقية بشكل فردي أو جماعي	ق ٣	واجبات جماعية وفردية	تقييم العمل الجماعي ثم تقييم مساهمة كل فرد.
3.4	القدرة على التعلم الذاتي من خلال إيجاد المعلومات لإنجاز المهام والبحوث المطلوبة منه	ق ٤	بحوث فردية وجماعية	تقييم المشروع البحثي
3.5	القدرة على ابتكار حلول لمشاكل التسويق مستفيدا في ذلك من الجانب النظري	ق ١	واجبات جماعية وفردية	تقييم العمل الجماعي ثم تقييم مساهمة كل فرد.

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	التعريف بالمقرر ومتطلباته	2
2	مفهوم التسويق والعملية التسويقية	3
3	البيئة التسويقية	2
4	تجزئة السوق	2
5	سلوك المستهلك	4
6	نظام المعلومات وبحوث التسويق	3
7	سياسات وقرارات المنتجات	2
8	تطوير المنتجات الجديدة	3
9	تسويق الخدمات	2
10	التسعير	3
11	الترويج	2
12	التوزيع	2
	المجموع	30

### د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي أول .	الأسبوع السادس	15 %
2	اختبار فصلي ثاني	الأسبوع العاشر	15 %
3	واجبات + كويزات + مشاركات.	خلال الفصل الدراسي	20 %
4	اختبار تحريري نهائي .	الأسبوع العشر	50 %

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

## ه. مصادر التعلم والمرافق:

### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

د/ زكريا احمد عزام وآخرون (2012م)، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، عمان – الاردن الطبعة الثانية.	المرجع الرئيس للمقرر
Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M. and Brennan, R., 2015. Marketing: an introduction.	المراجع المساندة
Yeshin, T., 2012. Integrated marketing communications. Routledge.	المصادر الإلكترونية
تعريب:د. سرور علي سرور (2009)، الطبعة 11، اصدار دار المريخ.	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق	قاعات دراسية، قاعات العرض
التجهيزات التقنية	جهاز عرض البيانات
تجهيزات اخرى	

### و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	لجنة قسم إدارة الأعمال وأعضاء هيئة التدريس و الطلبة	لجنة قسم إدارة الأعمال وأعضاء هيئة التدريس و الطلبة
فاعلية طرق تقييم الطلاب	لجنة قسم إدارة الأعمال وأعضاء هيئة التدريس و الطلبة	مباشر
مصادر التعلم	لجنة قسم إدارة الأعمال وأعضاء هيئة التدريس	مباشر
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قسم إدارة الأعمال وأعضاء هيئة التدريس و الطلبة	مباشر و غير مباشر
أخرى		

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها). طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).



ز. اعتماد التوصيف:

الكلية التطبيقية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
30-8-2023	تاريخ الجلسة

