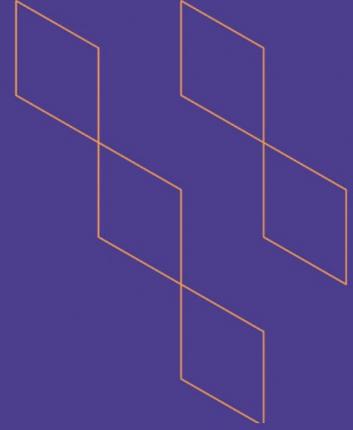




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: التسويق الدولي
رمز المقرر: 25243 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

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



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

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الثانية المستوى الأول)

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر المشاكل والفرص الموجودة في بيئة الأعمال الدولية والتحديات التي تواجه الشركات في تطوير وتنفيذ الاستراتيجيات التسويقية الدولية. ويشتمل على تحليل للبيئة التسويقية الدولية، ودخول الأسواق الدولية وتمييزها، والمزيج التسويقي للتصدير، والمزيج التسويقي الدولي في بيئة أعمال عالمية تتميز بالتغيير المستمر والتعقيد

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

مقرر مبادئ التسويق

6- المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمعارف اللازمة لفهم المبادئ والمفاهيم المتعلقة بنشاط التسويق الدولي، فضلاً عن إكسابهم مهارة تطبيق مبادئ التسويق الدولي على المشاكل والقرارات التي تواجه المنشآت، وفهم القضايا البيئية والمشاكل المؤثرة في التسويق الدولي، إلى جانب اكتسابهم المعرفة بالأدوات والممارسات الخاصة بهيكل ومراقبة برامج التسويق في الأسواق الدولية

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	30	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	100%
2	معمل أو إستوديو	/	/
3	ميداني	/	/
4	دروس إضافية	/	/
5	أخرى	/	/
الإجمالي		30	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	التعرف على مفهوم التسويق الدولي، وتأثير البيئة الدولية على قرارات الشركات بالتوسع في الأسواق الدولية.	٢٤،١٤	محاضرات. مناقشة جماعية	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
1.2	التعرف على الاستراتيجيات المستخدمة من قبل الشركات في تقييم الأسواق الدولية واختيار الأسواق التي سيتم الدخول إليها.	٢٤،١٤	محاضرات. مناقشة جماعية	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
1.3	التعرف على السياسات التي تتبعها الشركات في الدخول إلى الأسواق الدولية في مجالات المنتجات، التسعير، الترويج، التوزيع.	٣٤	محاضرات. مناقشة جماعية	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
2.0	المهارات			
2.1	اكتساب الطالب مهارة تحليل البيئة التسويقية محليا ودوليا	٢م،١م	المحاضرة والأمثلة التطبيقية.	الاختبارات والواجبات المنزلية. تقييم أستاذ المقرر.
2.2	اكتساب مهارة اتخاذ القرارات الخاصة بالتوسع التسويقي الدولي	٤م،٣م	المحاضرة والأمثلة التطبيقية.	الاختبارات والواجبات المنزلية. تقييم أستاذ المقرر.
2.3	اكتساب الطالب مهارة تطوير الإستراتيجية التسويقية للأسواق الدولية.	٣م	المحاضرة والأمثلة التطبيقية.	الاختبارات والواجبات المنزلية. تقييم أستاذ المقرر.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	القدرة على تحديد وتحليل الفرص التسويقية بالأسواق الدولية.	ق.١،٢	واجبات جماعية	تقييم العمل الجماعي ثم مساهمة كل طالب

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	زيادة القدرة على تطبيق مفاهيم تقييم السوق الدولي، وتطوير الإستراتيجية التسويقية للأسواق الدولية وتحديد مستوى وشدة المنافسة العالمية.	ق ١	واجبات وبحوث فردية	تقييم العمل الجماعي ثم مساهمة كل طالب
3.3	زيادة القدرة على العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة.	ق ٢، ٣	المحاضرة والمناقشة الجماعية	الاختبار والأسئلة الشفهية
	القدرة على تحمّل مسؤولية تعليم الذاتي و الاستمرار في التطوير الشخصي والمهني	ق ٤	البحوث والمشاركات	تقييم المشروع البحثي

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	ماهية التسويق الدولي	3
2	بيئة التسويق الدولي	3
3	نظريات سلوك التسويق الدولي	3
4	بحوث التسويق ونظم المعلومات الدولية	3
5	استراتيجيات تقييم واختيار الاسواق الدولية	3
6	سياسات المنتجات الدولية	3
7	سياسات التسعير الدولية	3
8	سياسات الترويج الدولية	3
9	التوزيع الدولي	3
10	حالات دراسية وامثلة.	3
	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 + كورسات + مشاركات.	خلال الفصل الدراسي	20 %
4	اختبار تحريري نهائي .	الأسبوع العشر	50 %

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

هاني الضمور، 2012، التسويق الدولي، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن	المرجع الرئيس للمقرر
حبيب الله التركستاني، التسويق الدولي، 2008، دار أعلام للنشر والتوزيع، القاهرة. International Marketing, by Czinkota, M. R. and Ronkainen, I. A., Published by: South Western Publishing, 9th edition (2010).	المراجع المساندة
	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية مجهزة تتسع لـ 60 طالب أو طالبة وموصلة علي الانترنت
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	حاسب آلي، داتا شوا وسبورة ذكية
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	اقلام وورق

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة + رئيس القسم + والتقييم الذاتي	مباشر عن طريق الاستبيانات – وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
فاعلية طرق تقييم الطلاب	الطلبة - أعضاء هيئة التدريس- رئيس القسم	مباشر عن طريق الاستبيانات – وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
مصادر التعلم	المراجع النظير- استاذ المقرر – الطلاب	مباشر عن طريق المقارنات المرجعية – وتحديث المراجع
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	استاذ المقرر – رئيس القسم	غير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
أخرى		

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

ز. اعتماد التوصيف:

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

