



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)

اسم المقرر: أساسيات التسويق
رمز المقرر: 26221 تسق
البرنامج: بكالوريوس إدارة الأعمال
القسم العلمي: إدارة الأعمال
الكلية: كلية الأعمال
المؤسسة: جامعة بيشة
نسخة التوصيف: الثاني
تاريخ آخر مراجعة: 1445/2/7 هـ





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 6
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6
- و. تقويم جودة المقرر: 7
- ز. اعتماد التوصيف: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات معتمدة)

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: (4)

4. الوصف العام للمقرر

يتناول المقرر تعريفات السوق، خصائص السوق، التطور التاريخي للتسويق وكذلك البيئة التسويقية والسوق المستهدف كما يتناول المستهلك وتعريفه وأنواع المستهلكين إضافة للسلع والخدمات وتعريفاتها ويتناول التسعير وأنواعه وطرقه واستراتيجياته المختلفة كما يتناول المقرر الترويج، التوزيع و التسويق الالكتروني.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

مبادئ إدارة الاعمال/ 6111 2دار

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف المقرر الي أن يتعرف الطالب / الطالبة علي:

- 1- مفهوم التسويق والفرق بين مفهوم التسويق الحديث والقديم.
- 2- البيئة التسويقية ومكوناتها وتقسيماتها وسبل التعامل مع البيئة التسويقية.
- 3- مفهوم السوق ومكونات السوق وكيفية تجزئة السوق ومعايير اختيار السوق.
- 4- سلوك المستهلك وأنواع المستهلكين وطرق تلبية رغبات المستهلك.
- 5- مكونات المزيج التسويقي (المنتج-التسعير -الترويج -التوزيع) وكيفية تقديم المزيج التسويقي المناسب لإشباع حاجات ورغبات المستهلكين.
- 6- التسويق الالكتروني وكيفية التواصل مع العملاء والبيع ولشراء الكترونيا.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)



م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي	30	66.7%
2	التعليم الإلكتروني	15	33.3%
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	37.5	33.3%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى (تمارين ودراسة ذاتية)	75	66.7%
	الإجمالي	112.5	100%

ب. نواتج التعلم للمقررواستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف الطالب مبادئ وأسس التسويق الحديث	1ع	- المحاضرة. - محاكاة الواقع. - المناقشة والحوار	- الاختبارات التحريرية الفصلية والنهائية. أسئلة تحصيلية وتقييمية أثناء المحاضرة
1.2	يذكر خطوات إنشاء المزيج التسويقي المناسب لبيئة العمل.	1ع		
1.3	يعدد عناصر المزيج التسويقي.	1ع		
2.0	المهارات			
2.1	يطبق اساليب التسويق المختلفة في البيئات المختلفة على الواقع العملي.	2م	- التعلم في مجموعات صغيرة. - التعلم التعاوني.	- تقييم الواجبات الفردية والجماعية.
2.2	يطبق الافكار التسويقية الى مشاريع مختلفة تخدم العميل والمنظمة والمجتمع.	2م	- دراسة الحالة. - التعلم من الأقران	- تقييم المشاركة والحالات المقدمة.

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.3	يستخدم دائما أكثر تقنيات المعلومات مناسبة في جمع وتفسير وتخزين واسترجاع وإيصال المعلومات التسويقية والأفكار الجديدة والرائدة في مجال التسويق الحديث والاتصالات	4م		
2.4	يطبق أساليب التسويق المختلفة في البيئات المختلفة على الواقع العملي.	2م		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يبادر في حل المشكلات التسويقية المختلفة واتخاذ القرار التسويقي المناسب في مختلف مجالات الأعمال.	2ق	<ul style="list-style-type: none"> - التعلم التعاوني. - حل المشكلات. - دراسة الحالة. - التعلم الذاتي. 	<ul style="list-style-type: none"> - تقويم المناقشات الجماعية بشكل دوري. - تقييم الواجبات الفردية والجماعية. - تقييم الأوراق البحثية المقدمة من الطلاب. - الاختبارات التحريرية الفصلية والنهائية
3.2	يحلل الأفكار التسويقية المختلفة.	5ق		
3.3	يشترك بفعالية بالحلول العلمية والمبتكرة في حل المشكلات التسويقية المختلفة.	3ق		
3.4	يحلل العمليات الرياضية والإحصائية ويستخدمها في اعطاء خطط تسويقية مختلفة والإشراف على المشاريع التسويقية المختلفة.	5ق		
3.5	يبتكر الخطط والسياسات التسويقية للتعامل مع البيئات المختلفة.	1ق		

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	تعريف التسويق وأهداف التسويق وتطور مفهوم نشاط التسويق والفرق بين التسويق والمبيعات.	3
2	البيئة التسويقية مكوناتها والفرق بين البيئة الداخلية والخارجية.	3
3	تعريف السوق، ومكونات السوق وتجزئة الأسواق ومعايير اختيار السوق.	6
4	المستهلك، تعريف المستهلك، والعوامل المؤثرة على سلوك المستهلك	3
5	المنتجات تعريفها وتصنيفها.	6

3	دورة حياة المنتج وتطبيقاته على المنتجات المختلفة.	6
6	التسعير تعريفه وأنواعه. طرق التسعير. استراتيجيات التسعير.	7
6	الترويج وأهداف الترويج. المزيج الترويجي وأنواعه وتطبيقاته	8
6	مفهوم التوزيع وأهدافه. قنوات التوزيع	9
3	التسويق الالكتروني.	10
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقييم الأنشطة البنائية والواجبات والتمارين	أسبوعياً	20%
2	اختبار فصلي اول	السادس	15%
3	اختبار فصلي ثاني	الثاني عشر	15%
4	اختبار نهائي	الاختبارات النهائية	50%
5	الإجمالي		100%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

<p>1. د. رعد عبد الكريم حبيب، التسويق الحديث، خوارزم العلمية، 2017</p> <p>2- التركستاني، حبيب الله محمد رحيم، (1440 هـ) مبادئ التسويق، دار اعلام للنشر والتوزيع، الطبعة الثامنة، جدة، المملكة العربية السعودية.</p> <p>3. اساسيات التسويق، فليب كوتلر، جاري ارسترونج (تعريب سرور علي ابراهيم)، دار النشر مكتبة بورسيبا، الطبعة الحادية عشر، تاريخ النشر ديسمبر 2021م</p>	المرجع الرئيس للمقرر
<p>1-حبيب، رعد عبد الكريم، الشدوخي، هند ناصر (1434هـ) التسويق، خوارزم العلمية، جدة المملكة العربية السعودية.</p> <p>- يغطي 95% من مفردات المقرر.</p> <p>2-عزام، زكريا أحمد، وآخرون (1440 هـ) مبادئ التسويق الحديث، بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان -الاردن.</p> <p>- يغطي 95% من مفردات المقرر</p>	المراجع المساندة
<p>http://www.nu.edu.sa</p> <p>www.amazon.com</p> <p>www.Barnes&Noble.com</p> <p>www.marketingpower.com</p> <p>www.bookmarketing.org</p>	المصادر الإلكترونية

الجمعية السعودية للتسويق

أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية مجهزة تتسع لـ 40 طالب أو طالبة علي شكل مجموعات صغيرة ومتصلة بالإنترنت .
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	حاسب آلي داتا شوا سبورة ذكية
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	اقلام وورق ومستلزمات طباعة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجلات 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 عن طريق تحليل الاداء والنتائج
مصادر التعلم	المراجع النظير- أستاذ المقرر – الطالب	مباشر عن طريق المقارنات المرجعية وتحديث البرامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	أستاذ المقرر – رئيس القسم	غير مباشر عن طريق تحليل الأداء والنتائج
أخرى	لجنة الخطط والمناهج + اللجنة الاستشارية	غير مباشر – إستطلاع رأي

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس القسم
رقم الجلسة	الاولي
تاريخ الجلسة	1445/2/7 هـ



