



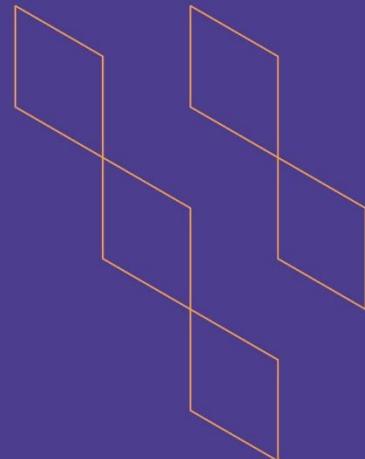
T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر:	مبادئ التسويق
رمز المقرر:	101 سوق
البرنامج:	دبلوم إدارة الاعمال
القسم العلمي:	العلوم الإدارية والانسانية
الكلية:	التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية
نسخة التوصيف:	
تاريخ آخر مراجعة:	





المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	زـ. اعتماد التوصيف





A. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي						
1. الساعات المعتمدة:						3 ساعات
2. نوع المقرر						مطلب جامعة
		متطلب مسار	متطلب تخصص	متطلب كلية		أ.
				اختراري	اجباري	ب.
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر						
4. الوصف العام للمقرر						
<p>معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق وكيفية اثاثه كعلم مستقل ذو أهمية في حياة المنظمات، والتعرف على العناصر الرئيسية في البيئة المحيطة بالعملية التسويقية وفهم آلية القرار الشرائي للمستهلك والعوامل المؤثرة فيه، كذلك فهم عملية تجزئة السوق وأهميتها والاستراتيجيات ذات العلاقة، والتعرف على المنتج كأحد عناصر المزيج التسويقي من حيث التعريف والتصنيفات والنشاطات ذات العلاقة، وفهم الاستراتيجيات والاعتبارات المتعلقة بالتنسuir كأحد عناصر المزيج التسويقي، والتعرف على الدور الذي يلعبه الترويج كأحد عناصر المزيج التسويقي وأهم عناصره وآلية إعداد الميزانية الترويجية.</p>						
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)						
لا يوجد						
6. المتطلبات المترادفة مع هذا المقرر (إن وجدت)						
مبادئ إدارة الأعمال مبادئ الاقتصاد						
7. الهدف الرئيس للمقرر						
<p>وفي نهاية هذا المقرر ينبغي على الطالب أن يكون قادرًا على تحقيق النتائج التالية:</p> <ol style="list-style-type: none"> مفهوم التسويق، مفاهيم التسويق الجوهرية/الأساسية، مراحل تطور التسويق، ظاهرة قصر النظر التسويقي، أسباب تزايد الاهتمام بالتسويق، منافعه والانتقادات الموجهة له تعريف البيئة التسويقية، عوامل/متغيرات البيئة التسويقية السوق، الإستراتيجية التسويقية، إستراتيجية التجزئة، شروط التجزئة الفعالة للسوق، معايير وأسس تجزئة الأسواق الاستهلاكية والصناعية. أسواق المستهلك -الأنواع والأدوار والمراحل للسلوك الشرائي -العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي. تعريف السلعة، تصنيف السلع وخصائصها، دورة حياة السلع، العلامة التجارية. تعريف الخدمة، تصنيف الخدمات، وخصائصها، ومضمونها التسويقي. 						

1. نمط التعليم

نوع التعليم	نوع المقرر	نوع المقرر	نوع المقرر	نوع المقرر
تعليم ابتدائي	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب
التعليم الإلكتروني	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب
التعليم المدمج	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب
• التعليم الابتدائي	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب
• التعليم الإلكتروني	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب
التعليم عن بعد	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب	المقرر المطلوب





2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

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

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسيها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	ان يعرف المفاهيم الأساسية في علم التسويق.	1.1	المحاضرة ودراسة الحالات	الاختبارات والمناقشات
1.2	ان يصف السلوك الشرائي للمستهلك.	1.2	المحاضرة ودراسة الحالات	الاختبارات والمناقشات
1.3	ان يعرف عناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع والترويج).	1.3	المحاضرة ودراسة الحالة	الاختبارات والمناقشات
2.0	المهارات			
2.1	ان يحل البيئة التسويقية والعوامل التي تتضمنها..	3.1	المحاضرة ودراسة الحالات والتكليفات الفردية	الاختبارات والمناقشات والواجبات
2.2	ان يشرح الاستراتيجيات التسويقية وأسس تجزئة السوق.	3.2	المحاضرة ودراسة الحالات والتكليفات الفردية	الاختبارات والمناقشات والواجبات
...				
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	أن يظهر قدرة على تحمل المسؤولية في التعلم الذاتي من خلال التعرف على مصادر المعلومات الحديثة وطرق استخدامها	3.1	التكليفات الفردية، التعلم الجماعي، مناقشة وتحليل المقالات	الاختبارات - تحليل الحالات - الابحاث
3.2	القدرة على تحقيق التعاون فيما بين الطلاب ضمن فرق وجموعات العمل وتنمية روح القيادة وروح العمل في الفريق.	3.2	التكليفات الفردية، التعلم الجماعي، مناقشة وتحليل المقالات	الاختبارات والمناقشات





ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
1	مقدمة في التسويق: مفهوم التسويق، مراحل تطور التسويق، ظاهرة، أسباب تزايد الاهتمام بالتسويق، منافعه.	1
1	البيئة التسويقية: تعريف البيئة التسويقية، عوامل/متغيرات البيئة التسويقية	2
1	تجزئة/تقسيم السوق: السوق، إستراتيجية التجزئة، معايير وأسس تجزئة الأسواق الاستهلاكية والصناعية.	3
1	سلوك المستهلك: الأنواع والأدوار والمراحل للسلوك الشرائي - العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي.	4
1	استراتيجيات المزيج التسويقي -تعريف المنتج، تصنيف السلع وخصائصها، دورة حياة السلع، العلامة التجارية.	5
1	التسعير: مفهوم التسعير، الأهمية، الخطوات، الاستراتيجيات والسياسات وطرق التسعير	6
1	الاختبار الفصلي	7
1	التوزيع: تعريف التوزيع، الأهمية والوظائف والأنواع لقوى التوزيع	8
1	الترويج: تعريف الترويج وأهدافه، والعوامل المؤثرة في المزيج الترويجي، وعناصر المزيج الترويجي.	9
1	حالات وتطبيقات عملية وعروض تقديمية	10
10	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
%30	7	اختبار فصلي 1	1
%25	10	مشروع جماعي	2
%5	طوال الفصل الدراسي	حضور ومشاركات ودراسة حالات	3
%10		بحث فردي	4
%30	نهاية الفصل الدراسي	اختبار نهائي	5
%100		المجموع	6

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





هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

•مبدئ التسويق الحديث " بين النظرية والتطبيق" تأليف د. زكريا عزام و د. عبدالباسط حسونة ود. مصطفى الشيخ. الطبعة الرابعة، 2012م، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. and Gary Armstrong 17th Principles of Marketing, Philip Kotler Global Edition, 2012	المرجع الرئيس للمقرر
"التسويق الفعال" تأليف د. طلعت اسعد عبدالحميد، مكتبة العبيكان، 2014م. كتاب أساسيات التسويق (مترجم)، تأليف فيليب كتلر وجاري ارستروننج، دار المريخ للنشر ، 2007م. The International Journal of Research in Marketing. Journal of Marketing Research.	المراجع المساعدة
http://businesscasestudies.co.uk/case-studies/by-topic/marketing.htm http://www.utalkmarketing.com/pages/CaseStudies.aspx http://www.postcardmania.com/casestudies	المصادر الإلكترونية
المجلات والدوريات والموقع الإلكتروني.	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعات الدراسية وقاعات العرض	المرافق النوعية (قاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... الخ)
جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
لا يوجد	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التنفيذ	المقيمين	مجالات التقويم
المقارنة المباشرة	منسق المقرر	نقرير المقرر للتقييم الذاتي
فحص محتوى المقرر	أعضاء في التخصص	محظى المقرر
مصفوفة أهداف تعلم المقرر	منسق البرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)).		أخرى
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).		





ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد
رقم الجلسة
تاريخ الجلسة