



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: مبادئ التسويق
رمز المقرر: 101 سوق
البرنامج: دبلوم إدارة الأعمال
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	ز. اعتماد التوصيف



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي					
1. الساعات المعتمدة:		3 ساعات			
2. نوع المقرر					
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار	
ب.	إجباري	اختياري			
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر					
4. الوصف العام للمقرر					
معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق وكيفية إثباته 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 بالتسعير كأحد عناصر المزيج التسويقي، والتعرف على الدور الذي يلعبه الترويج كأحد عناصر المزيج التسويقي وأهم عناصره وآلية إعداد الميزانية الترويجية.					
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)					
لا يوجد					
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)					
مبادئ إدارة الأعمال					
مبادئ الاقتصاد					
7. الهدف الرئيس للمقرر					
وفي نهاية هذا المقرر ينبغي على الطالب أن يكون قادرًا على تحقيق النتائج التالية:					
1. مفهوم التسويق، مفاهيم التسويق الجوهرية/الأساسية، مراحل تطور التسويق، ظاهرة قصر النظر التسويقي، أسباب تزايد الاهتمام بالتسويق، منافعه والانتقادات الموجهة له					
2. تعريف البيئة التسويقية، عوامل/متغيرات البيئة التسويقية					
3. السوق، الإستراتيجية التسويقية، إستراتيجية التجزئة، شروط التجزئة الفعالة للسوق، معايير وأسس تجزئة الأسواق الاستهلاكية والصناعية.					
4. أسواق المستهلك -الأنواع والأدوار والمراحل للسلوك الشرائي -العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي.					
5. تعريف السلعة، تصنيف السلع وخصائصها، دورة حياة السلع، العلامة التجارية.					
6. تعريف الخدمة، تصنيف الخدمات، وخصائصها، ومضامينها التسويقية.					

1. نمط التعليم

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

2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

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

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	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 يحلل 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 والمناقشات - تحليل الحالات - الأبحاث
3.2	القدرة على تحقيق التعاون فيما بين الطلاب ضمن فرق ومجموعات العمل وتنمية روح القيادة وروح العمل في الفريق.	3.2	التكليفات الفردية، التعلم الجماعي، مناقشة وتحليل المقالات	الاختبارات والمناقشات

ج. موضوعات المقرر

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

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

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



ه. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

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

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
القاعات الدراسية وقاعات العرض	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
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 التقويم	المقيمون	مجالات التقويم
المقارنة المباشرة	منسق المقرر	تقرير المقرر للتقييم الذاتي
فحص محتوى المقرر	أعضاء في التخصص	محتوى المقرر
مصفوفة أهداف تعلم المقرر	منسق البرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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



ز. اعتماد التوصيف:

	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

