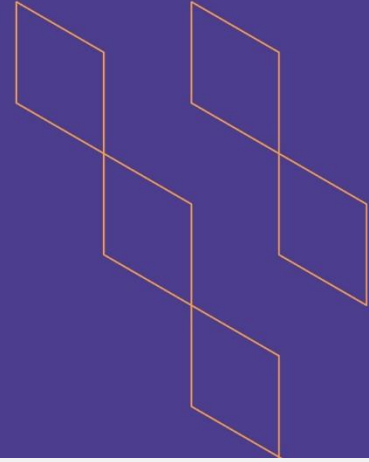




T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة التسويق
رمز المقرر: 264 تسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: العلوم الإدارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18-2-1445هـ





## 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 معتمدة		
2. نوع المقرر				
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	√	متطلب تخصص
ب.	إجباري	√	اختياري	متطلب مسار
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		الثالث		
4. الوصف العام للمقرر يصف هذا المقرر مفهوم إدارة التسويق وأهميته ومدى حاجة منظمات الأعمال إليه في تحقيق أهدافها، ويوضح الاستراتيجيات والخطط التي تضعها من أجل تسويق منتجات المنظمات. في الأسواق المحلية والدولية. كما يصف الأنشطة البحثية التي تقوم بها والهادفة إلى التعرف على احتياجات ورغبات الزبائن من أجل تقديم المنتجات والخدمات التي تشبع هذه الحاجات والرغبات، مع استعراض بعض الأمثلة والحالات العملية في هذا المجال.				
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 203-تسق-3				
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد				
7. الهدف الرئيس للمقرر التعريف بالمفاهيم والمصطلحات والنظريات الخاصة بإدارة التسويق وإعطاء الطالب فكرة شاملة عن نشاط هذه الإدارة بطريقة سهلة وواضحة.				

## 1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45 ساعة	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	45	100%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	45	100%



ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>1.0</b>	<b>المعرفة والفهم</b>			
1.1	يتعرف: على المهارات التسويقية والفنية المرتبطة بالمقرر.	ع1	المحاضرة المناقشات البحوث والمقالات السمنارات	- تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية - تقييم الواجبات
1.2	يوضح: المفاهيم الأساسية المتعلقة بإدارة التسويق والمصطلحات المرتبطة بها.	ع2		
1.3	يذكر : الانتقادات الموجهة لإدارة التسويق , مجالات التسويق وحدوده , أهداف بحوث التسويق .....الخ.	ع3		
1.4	يشرح : وظائف إدارة التسويق , أهمية إدارة التسويق , فوائد إدارة التسويق , مراحل صياغة الاستراتيجية التسويقية , مكونات نظم المعلومات التسويقية , عناصر المزيج التسويقي ..... الخ.	ع4		
<b>2.0</b>	<b>المهارات</b>			
2.1	يطبق : خطوات بحوث التسويق , خطوات التخطيط الاستراتيجي , أسس تجزئة السوق ..الخ.	م1	المحاضرة المناقشات الواجبات حالات تطبيقية تمارين عملية	- تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية - تقييم الواجبات
2.2	يحلل: الاستراتيجيات التي تضعها إدارة التسويق في السوق المحلي (كاستراتيجيات المنتجات، استراتيجيات التسعير، استراتيجيات الإعلان، استراتيجيات السوق، استراتيجية المبيعات... الخ) , الاستراتيجيات التي تضعها إدارة التسويق في السوق الدولي .	م2		
1.3	يقترح : الحلول للمشاكل والصعوبات التي تواجه إدارة التسويق في السوق المحلي والدولي , أنواع الرقابة التي تتبعها الإدارة على عملها,	م3		



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
	دورة حياة المنتج واستراتيجياته.			
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	ق1	التعلم الذاتي التكليفات والواجبات السمنارات والعروض التقديمية	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل المشكلات التسويقية وقادراً على المبادرة والابتكار.	ق2		
3.3	يظهر الطالب القيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	ق3		

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في إدارة التسويق (مفهومه , أهدافه , ووظائفه )	2
2	بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية	3
3	استراتيجيات السوق والعملاء.	3
4	استراتيجيات المنتجات.	6
5	استراتيجيات دورة حياة المنتجات وتطويره	6
6	استراتيجيات التسعير	6
7	استراتيجيات الترويج.	5
8	استراتيجيات التوزيع.	3
9	إستراتيجيات المبيعات.	2
10	التخطيط الإستراتيجي والتسويقي	3
11	التسويق الدولي وإستراتيجياته	3
12	الرقابة الإستراتيجية	3
المجموع		45

### د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي الأول	الأسبوع السادس	20%
2	الاختبار الفصلي الثاني	الأسبوع الثاني عشر	20%
3	الواجبات	طول الفصل الدراسي	10%
4	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	50%
...			

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

### هـ. مصادر التعلم والمرافق:

إدارة التسويق (المفاهيم – الاستراتيجيات – التطبيقات ) , د/ أحمد جبر , المكتبة العصرية للنشر والتوزيع 2014 , جمهورية مصر العربية.	المرجع الرئيس للمقرر
1- Kotler . F & Keller. J (2012) : Marketing Management, Fourteen Edition, Prentice Hall 2- Paul Peter . J & Donnelly. H (2009): Marketing Management, Tenth Edition, Mc Graw- Hill International Edition 3- إدارة التسويق , د/ محمد صادق بازعة , دار النهضة العربية 2002 , جمهورية مصر العربية. 4- إدارة التسويق الحديث ( مدخل معاصر) , د/ علي فلاح الزعبي , دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2016 , عمان , الأردن.	المراجع المساندة
1- رابط المكتبة الرقمية السعودية <a href="https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx">https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx</a> 2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية <a href="https://www.kfnl.gov.sa">https://www.kfnl.gov.sa</a>	المصادر الإلكترونية
لا توجد	أخرى

## 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالب	<b>المرافق النوعية</b> (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر	<b>التجهيزات التقنية</b> (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
طابعة وسبورة مع أقلام وماسحة سبورة.	<b>تجهيزات أخرى</b> (تبعاً لطبيعة التخصص)

## و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر	عضو هيئة التدريس	فاعلية التدريس
غير مباشر	الطلاب	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر	أرباب العمل	مصادر التعلم
مباشر	عضو هيئة تدريس نظير	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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



مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية

جهة الاعتماد

رقم الجلسة

تاريخ الجلسة

