

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	إدارة التسويق
رمز المقرر:	٢٦٤ تنسق - ٣
البرنامج:	إدارة الأعمال
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	العلوم الإدارية
المؤسسة:	جامعة نجران

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ٣
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ٤
١. الوصف العام للمقرر: ٤
٢. الهدف الرئيس للمقرر ٤
٣. مخرجات التعلم للمقرر: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٤
- د. التدريس والتقييم: ٥
١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ٥
٢. أنشطة تقييم الطلبة ٦
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: ٦
- و - مصادر التعلم والمرافق: ٦
١. قائمة مصادر التعلم: ٦
٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة: ٧
- ز. تقويم جودة المقرر: ٧
- ح. اعتماد التوصيف ٧

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة: ٣ ساعات معتمدة
٢. نوع المقرر أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input checked="" type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر الرابع
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) ٢٠٣ تنسق-٣
٥. المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٤٥	١٠٠%
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

٧. ساعات التعلم الفعلية للمقرر (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
١	محاضرات	٤٥
٢	معمل أو إستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	
ساعات التعلم الأخرى*		
١	ساعات الاستذكار	٣٠
٢	الواجبات	١٥
٣	المكتبة	١٥
٤	إعداد البحوث/ المشاريع	٥
٥	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	١١٠

* هي مقدار الوقت المستمر في النشاطات التي تسهم في تحقيق مخرجات التعلم للمقرر، ويشمل ذلك: جميع أنشطة التعلم، مثل: ساعات الاستذكار، إعداد المشاريع، والواجبات، والعروض، والوقت الذي يقضيه المتعلم في المكتبة

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر: يصف هذا المقرر نشاط إدارة التسويق في منظمات الأعمال المختلفة ، ويوضح الاستراتيجيات والخطط التي تضعها من أجل تسويق المنتجات في الأسواق المحلية والدولية والأنشطة البحثية التي تقوم بها والهادفة الى التعرف على احتياجات ورغبات الزبائن من أجل تقديم المنتجات والخدمات التي تشبع هذه الحاجات والرغبات ، كذلك يوضح العادات الشرائية للمستهلك وخطوات اتخاذ قرار الشراء ، مع استعراض بعض التطبيقات والحالات العملية في هذا المجال.
٢. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر إلى إكساب الطالب المبادئ والمهارات الأساسية في مجال التسويق وإعطائه فكرة متكاملة عن هذا النشاط بطريقة سهلة ومسيرة. وفي سبيل ذلك يشرح هذا المقرر معنى إدارة التسويق وأهدافه ووظائفه والاستراتيجيات المختلفة التي يضعها والسلوك الشرائي للمستهلك وعمليات التخطيط والرقابة مع التركيز على ربط هذه المعلومات بالمستجدات الجديدة وبما يدور في واقع السوق المحلي والدولي.
٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	المعارف
١ع	1.1 يعرف : المفاهيم والمصطلحات الأساسية في المقرر.
٢ع	1.2 يحدد : أهداف إدارة التسويق ، وظائف إدارة التسويق ، الانتقادات الموجهة لإدارة التسويق ، مجالات التسويق وحدوده ، أهداف بحوث التسويق ، أسلوب بحوث التسويق ، أنواع بحوث التسويق ، خطوات البحث التسويقي ، مجالات وأنشطة بحوث التسويق ، أهمية نظم المعلومات التسويقية ، والمؤسسات التي تحتاج الى بحوث التسويق.
٣ع	١,٣ يذكر : تقسيمات الزبائن ، العوامل التي تؤثر على قرار الشراء ، خطوات صنع قرار الشراء ، أسس تقسيم السوق ، المحددات التي تؤثر في تقديرات الطلب ، طرق تقديرات الطلب ، تقسيمات المنتج ، الفرص والمشاكل التسويقية، مكونات وأعضاء نظام التوزيع ، طرق تسعير المنتجات.
	المهارات
١م	2.1 يشرح: مراحل عملية التخطيط ، أساليب عملية التخطيط ، مستويات عملية التخطيط ، فوائد عملية التخطيط ، أنواع الرقابة ، خطوات الرقابة ، أساليب الرقابة ، الاستراتيجيات التي تضعها إدارة التسويق في المنشأة (كاستراتيجيات المنتجات ، استراتيجيات التسعير ، استراتيجيات الاعلان، استراتيجيات السوق، استراتيجيات التسويق الدولي ، استراتيجيات دورة حياة المنتج).
٢م	2.2 يقارن بين: استراتيجيات التبين والتمييز ، استراتيجيات النمو واستراتيجية الحذف ، استراتيجية التوزيع واستراتيجية المبيعات ، استراتيجية السوق الكلي واستراتيجية تقسيم السوق ، خطة التخطيط الاستراتيجي وخطة التخطيط التسويقي.
	الكفاءات
١ك	3.1 يتواصل مع الآخرين بفاعلية كتابيا وشفهيا في مجال إدارة التسويق.
٢ك	3.2 يستخدم شبكة المعلومات والتقنية الحديثة في إدارة التسويق.
٣ك	3.3 يعمل بفاعلية ضمن فريق ومجموعات العمل.

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	الوحدة الأولى : مقدمة في إدارة التسويق (مفهومه ، أهدافه ، ووظائفه)	2
٢	الوحدة الثانية : بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية	3
٣	الوحدة الثالثة : استراتيجيات السوق والعملاء.	3
٤	الوحدة الرابعة : استراتيجيات المنتجات	6
٥	الوحدة الخامسة : استراتيجيات دروة حياة المنتج وتطويره	6
٦	الوحدة السادسة : استراتيجيات التسعير	6
٧	الوحدة السابعة : استراتيجيات الترويج	6

3	الوحدة الثامنة : استراتيجيات التوزيع	8
2	الوحدة التاسعة: استراتيجيات المبيعات	9
3	الوحدة الحادية عشرة : التخطيط الاستراتيجي والتسويقي	10
3	الوحدة الثانية عشرة : استراتيجيات التسويق الدولي	11
2	الوحدة الثالثة عشرة : الرقابة الاستراتيجية	12
45	المجموع	

د. التدريس والتقييم:

1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعارف		
1.1	يعرف : المفاهيم والمصطلحات الأساسية في المقرر .		
1.2	يحدد : أهداف إدارة التسويق ، وظائف إدارة التسويق ، الانتقادات الموجهة لإدارة التسويق ، مجالات التسويق وحدوده ، أهداف بحوث التسويق ، أسلوب بحوث التسويق ، أنواع بحوث التسويق ، خطوات البحث التسويقي ، مجالات وأنشطة بحوث التسويق ، أهمية نظم المعلومات التسويقية ، والمؤسسات التي تحتاج الى بحوث التسويق.	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرة النظرية - القراءات المساندة - النقاش الجماعية - إعداد الأوراق البحثية - الواجبات المنزلية الفردية - العرض والإلقاء 	<ul style="list-style-type: none"> - الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات المنزلية - تقويم أوراق البحث الفردية - تقويم العرض والإلقاء
1.3	يذكر : تقسيمات الزبائن ، العوامل التي تؤثر على قرار الشراء ، خطوات صنع قرار الشراء ، أسس تقسيم السوق ، المحددات التي تؤثر في تقديرات الطلب ، طرق تقديرات الطلب ، تقسيمات المنتج ، الفرص والمشاكل التسويقية، مكونات وأعضاء نظام التوزيع ، طرق تسعير المنتجات.		
2.0	المهارات		
2.1	يشرح :مراحل عملية التخطيط ، أساليب عملية التخطيط ، مستويات عملية التخطيط ، فوائد عملية التخطيط ، أنواع الرقابة ، خطوات الرقابة ، أساليب الرقابة ، الاستراتيجيات التي تضعها ادارة التسويق في المنشأة(كاستراتيجيات المنتجات ، استراتيجيات التسعير ، استراتيجيات الاعلان ، استراتيجيات السوق، استراتيجيات التسويق الدولي ، استراتيجيات دورة حياة المنتج) .	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات النظرية - الواجبات الفردية والجماعية - النقاش والحوار الجماعي - التدريب العملي - أسلوب حل المشكلات 	<ul style="list-style-type: none"> - الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات الفردية - تقويم التدريب العملي - تقويم العرض والإلقاء
2.2	يقارن بين :استراتيجية التبيين والتميز ، استراتيجية النمو واستراتيجية الحذف ، استراتيجية التوزيع واستراتيجية المبيعات ، استراتيجية السوق الكلي واستراتيجية تقسيم السوق ، خطة التخطيط الاستراتيجي وخطة التخطيط التسويقي.		
3.0	الكفاءات		
3.1	يتواصل مع الاخرين بفاعلية كتابيا وشفهيا في مجال إدارة التسويق.	المحاضرات النظرية والتعليم الالكتروني	الواجبات والتكليفات
3.2	يستخدم شبكة المعلومات والتقنية الحديثة في إدارة التسويق.	المتابعة المباشرة لأداء الطلاب عن طريق نظام البلاك بورد	الواجبات والتكليفات

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.3	يعمل بفاعلية ضمن فريق ومجموعات العمل.	ورش العمل والسمنارات	الواجبات والتكليفات

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	اختبار تحريري ١	الأسبوع السادس	20%
٢	اختبار تحريري ٢	الأسبوع الثاني عشر	20%
٣	واجبات	الأسبوع الرابع والأسبوع الثامن	10%
٤	اختبار تحريري نهائي	يحدد من عمادة القبول والتسجيل	50%

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

يتم اختيار أحد أعضاء هيئة التدريس في البرنامج في شطر الطلاب واحد أعضاء هيئة التدريس في شطر الطالبات ليقوم بوظيفة المرشد الأكاديمي للطلاب والطالبات الذين يدرسون المقرر ويخصص (٦) ساعات أسبوعية لذلك . حيث يقوم المرشد بتنظيم اجتماعات دورية (جماعية وفردية) مع الطلاب والطالبات بهدف تقديم النصائح والارشادات اللازمة لتحسين مستوى اداءهم في المذاكرة والاختبارات وتشجيعهم على المشاركة في الأنشطة الطلابية من اجل صقل شخصياتهم وتطوير مهاراتهم، ويعمل على تجهيز ملف ارشاد لكل طالب تتضمن كافة الوثائق المتعلقة به (مثل الخطة الدراسية للطالب، البيانات الشخصية للطالب، جدول تسجيل الطالب، نتيجة الطالب الفصلية، نسخة من السجل الأكاديمي للطالب، نسخة من أوراق الحذف والاضافة)، ومتابعة الطلاب والطالبات المتغيبين باستمرار عن المحاضرات، والطلاب والطالبات المتعثرين ومحاولة حل المشاكل التي تعترضهم من خلال مناقشتهم ومشاركة آرائهم والاستماع الى مقترحاتهم وتجميعها في خطة لتقديمها الى وحدة الإرشاد في الكلية. كما يقوم المرشد برعاية الطلاب المتفوقين والطالبات المتفوقات من خلال الاجتماع معهم وتهنئتهم على تفوقهم وتشجيعهم على الاستمرار في ذلك ويرفع بقائمة بأسمائهم الى منسق / منسقة الارشاد في البرنامج اللذان يرفعها الى وحدة الارشاد في الكلية، وينسق مع عمادة الكلية من اجل تكريمهم في حفل خاص بالشرطين.

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

إدارة التسويق (المفاهيم - الاستراتيجيات - التطبيقات) ، د/ أحمد جبر ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ٢٠١٤ ، 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	المراجع المساندة
٣- إدارة التسويق ، د/ محمد صادق بازرعة ، دار النهضة العربية ٢٠٠٢ ، جمهورية مصر العربية.	
٤- إدارة التسويق الحديث (مدخل معاصر) ، د/ علي فلاح الزعبي ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ٢٠١٦ ، المملكة الاردنية الهاشمية.	
١- رابط المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
٢- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية	

https://www.kfnl.gov.sa	
لا توجد	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ ٤٠ طالب
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	طابعة وسبورة مع اقلام وماسحة سبورة.

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
نتائج الطلاب	عضو هيئة التدريس	مباشر
تقييم الطلاب للمقرر الدراسي والاداء التدريسي	الطلاب	غير مباشر
رضا ارباب العمل عن مخرجات تعلم البرنامج	أرباب العمل	غير مباشر
تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	عضو هيئة تدريس نظير	مباشر

مجالات التقويم (مثل: فاعلية التدريس، فاعلة طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر، مصادر التعلم ... إلخ) المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها) طرق التقويم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	مجلس قسم إدارة الاعمال
رقم الجلسة	رقم ١٤٤١-١٤٤٠/٣/٣/٣ هـ
تاريخ الجلسة	الاربعاء الموافق ١٤٤١/٢/١٧ هـ