



اعتماد
NCAAA
T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	إدارة التسويق
رمز المقرر:	
البرنامج:	الدبلوم المتوسط في التسويق والمبيعات – عن بعد (5)
القسم العلمي:	الإدارة
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الملك فيصل

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 3
1. الوصف العام للمقرر: 3
2. الهدف الرئيس للمقرر 3
3. مخرجات التعلم للمقرر: 4
- ج. موضوعات المقرر 4
- د. التدريس والتقييم: 4
1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 4
2. أنشطة تقييم الطلبة 5
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 5
- و - مصادر التعلم والمرافق: 5
1. قائمة مصادر التعلم: 5
2. المرافق والتجهيزات المطلوبة: 6
- ز. تقويم جودة المقرر: 6
- ح. اعتماد التوصيف 6



أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3
2. نوع المقرر
أ. <input type="checkbox"/> متطلبات جامعة <input type="checkbox"/> متطلبات كلية <input type="checkbox"/> متطلبات قسم <input type="checkbox"/> أخرى (تخصص)
ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input type="checkbox"/> اختياري
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر السنة الأولى / المستوى الثاني
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد
5. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية		
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

7. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
1	محاضرات مباشرة (متزامنة)	12
2	معمل أو إستوديو	
3	دروس إضافية	
4	أخرى (تذكر) (محاضرات مسجلة)	33
	الإجمالي	45

ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

<p>1. الوصف العام للمقرر: يتناول هذا المقرر شرح للمفاهيم والنظريات والممارسات الأساسية الرئيسية في مجال إدارة التسويق ووظائفه، مثل استراتيجيات التسويق وأبحاث التسويق، وسلوك المستهلك وسوق المستهلك، وتجزئة السوق. بالإضافة تمكين الطالب من صياغة الخطط التسويقية وكذلك تطبيق المعرفة والمهارات التسويقية الأساسية في المواقف المختلفة من أجل تحسين أداء المنظمة. بالإضافة الى هذا، سيكتسب الطالب المهارات المتقدمة بالعمل الجماعي والاتصالات والقيادة.</p>
<p>2. الهدف الرئيس للمقرر تزويد الطلاب بالمفاهيم والتقنيات المتعلقة بالتسويق.</p>

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
1ع	1.1 شرح وظائف ومفاهيم ونظريات التسويق.
2ع-1ع	1.2 مناقشة الاستراتيجيات والممارسات الحديثة في التسويق.
3ع-3ع	1.3 توضيح أهمية التسويق في دعم أداء المنظمات.
	2 المهارات
4م-3م	2.1 تطبيق المهارات والاستراتيجيات والممارسات الحديثة في مجال إدارة التسويق.
4م-1م	2.2 تصميم التقنيات والبرامج التسويقية لتنمية ولاء العملاء.
3م-2م	2.3 تحليل نتائج أداء استراتيجيات التسويق.
	3 القيم
1ق	3.1 التواصل الفعال الشفوي والكتابي
2ق	3.2 التعلم الذاتي والتعاوني

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	تمهيد للمقرر	3
2	مفاهيم أساسية في التسويق.	3
3	تطور الفكر التسويقي	3
4	البيئة وتطوير الاستراتيجيات التسويقية	3
5	نظام المعلومات التسويقية وبحوث التسويق	3
6	دراسة سلوك المشتري المستهلك (سلوك المستهلك 01)	3
7	دراسة سلوك مشتري الأعمال (سلوك المستهلك 02)	3
8	تجزئة السوق والتنبؤ بالطلب	3
9	استراتيجية المنتج	3
10	استراتيجية التسعير	3
11	استراتيجية التوزيع	3
12	استراتيجية الترويج والاتصالات التسويقية	3
13	العلامة التجارية	3
14	طرح المنتجات الجديدة	3
15	تطوير العرض في السوق الدولي	3
	المجموع	45

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1	المعرفة والفهم		
1.1	شرح وظائف ومفاهيم ونظريات التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات -واجبات -واجبات والمشاركة في المنتديات
1.2	مناقشة الاستراتيجيات والممارسات الحديثة في التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات -واجبات -واجبات والمشاركة في المنتديات
1.3	فهم أهمية التسويق في الرفع من أداء المنظمات.		اختبارات -واجبات

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
			- واجبات والمشاركة في المنتديات
2	المهارات		
2.1	تطبيق المهارات والاستراتيجيات والممارسات الحديثة في مجال إدارة التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات - واجبات - واجبات والمشاركة في منتديات النقاش
2.2	تصميم التقنيات والبرامج التسويقية لتنمية ولاء العملاء.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة حالات عملية	اختبارات - واجبات - واجبات والمشاركة في منتديات النقاش
2.3	تحليل نتائج أداء استراتيجيات التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات - واجبات - واجبات والمشاركة في منتديات النقاش
3	القيم		
3.1	التواصل الفعال الشفوي والكتابي	محاضرات متزامنة وغير متزامنة مناقشات وتعلم ذاتي	اختبارات وواجبات مشاركات - استبانة أصحاب المصلحة
3.2	التعلم الذاتي والتعاوني	محاضرات متزامنة وغير متزامنة مناقشات وتعلم ذاتي	اختبارات وواجبات مشاركات استبانة أصحاب المصلحة
...			

2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	واجبات	على مدار الفصل الدراسي	10 %
2	مشاركة في منتديات الحوار	على مدار الفصل الدراسي	10 %
3	حضور المحاضرات المباشرة والمسجلة	على مدار الفصل الدراسي	10 %
	اختبار نهائي	نهاية الفصل الدراسي	70 %

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

ثلاث ساعات مكتبية (أون لاين) أسبوعياً خدمات مقدمة من المرشد الأكاديمي ومكتب الإرشاد الأكاديمي.

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

فليب كوتلر & غاري أرمسترونج، "أساسيات التسويق"، الترجمة الأخيرة سرور إبراهيم علي سرور، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض طبعة 2018 (المملكة العربية السعودية).	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> Kotler, Phillip and Keller, Lane Kevin, B. (2018). Marketing Management. 13th edition. Pearson: Prentice Hall, Upper Saddle River. New Jersey. ISBN-10:0136009980 American Marketing Association printing materials. 	المراجع المساندة
	المصادر الإلكترونية - المكتبة الإلكترونية السعودية.

لا توجد	أخرى
---------	------

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	<ul style="list-style-type: none"> منصة التعلم الإلكتروني (بلاك بورد) وكافة الخدمات الإلكترونية التعليمية المقدمة من قبل عمادة التعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد. قاعات بث قاعات للاختبارات النهائية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	<ul style="list-style-type: none"> خدمات إلكترونية مقدمة عمادة التعلم الإلكتروني والتعلم عن بعد مثل: نظام لإدارة التعلم الإلكتروني (البلاك بورد) كمبيوتر مكتبي أو محمول سبورة ذكية (عند الحاجة) تطبيقات إلكترونية (عند الحاجة)
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا يوجد

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
فاعلية التدريس	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقويم المقرر)
فاعلية طرق تقييم الطلاب	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقويم المقرر)
فاعلية طرق تقييم الطلاب	المراجع النظير	مباشر
مصادر التعلم	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقويم المقرر)
مصادر التعلم	عضو هيئة التدريس	غير مباشر (تقرير المقرر)
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	عضو هيئة التدريس	مباشر (أعمال الطلاب في الاختبارات، مشاريع، تقارير، واجبات)

مجالات التقويم (مثل: فاعلية التدريس، فاعلية 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 الجامعة
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	