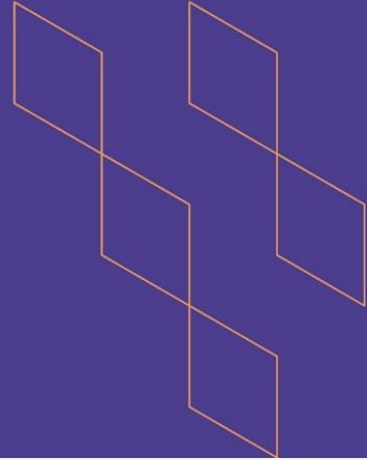




T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة التسويق
رمز المقرر: 107-3250
البرنامج: الدبلوم المتوسط المهني في المستودعات وسلاسل الإمداد - عن بعد
القسم العلمي: الكلية التطبيقية
الكلية: الكلية التطبيقية
المؤسسة: جامعة الملك فيصل
نسخة التوصيف: 1
تاريخ آخر مراجعة: حديث

المحتويات:



الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
4	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
5	ج. موضوعات المقرر
6	د. أنشطة تقييم الطلبة
6	هـ. مصادر التعلم والمرافق
6	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
6	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
6	و. تقويم جودة المقرر
7	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			السنة الأولى – المستوى الثاني		
4. 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 تمكن الطالب من صياغة الخطط التسويقية وكذلك تطبيق المعرفة والمهارات التسويقية الأساسية في المواقف المختلفة من أجل تحسين أداء المنظمة. بالإضافة إلى هذا، سيكتسب الطالب المهارات المتلقة بالعمل الجماعي والاتصالات والقيادة.					
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)					
لا يوجد					
6. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت)					
لا يوجد					
7. الهدف الرئيس للمقرر					
تزويد الطلبة بالمفاهيم والتقنيات المتعلقة بالتسويق					

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	-	-
2	التعليم الإلكتروني	45	100%
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 افتراضية مباشرة (متزامنة)	15	33.3%
2	معمل أو إستوديو		



3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	محاضرات مسجلة (غير متزامنة)	30	66.7%
	الإجمالي	45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	شرح وظائف ومفاهيم ونظريات التسويق.	1ع	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات الاختبارات
1.2	مناقشة الاستراتيجيات والممارسات الحديثة في التسويق.	1ع-2ع	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات الاختبارات
1.3	توضيح أهمية التسويق في دعم أداء المنظمات.	3ع-3ع	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات الاختبارات
2.0	المهارات			
2.1	تطبيق المهارات والاستراتيجيات والممارسات الحديثة في مجال إدارة التسويق.	3م-4م	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات الاختبارات
2.2	تصميم التقنيات والبرامج التسويقية لتنمية ولاء العملاء.	1م-4م	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات الاختبارات
2.3	تحليل نتائج أداء استراتيجيات التسويق.	2م-3م	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات الاختبارات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	التواصل الفعال الشفوي والكتابي	1ق	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات المشاركة في منتديات النقاش حضور المحاضرات المباشرة والمسجلة
3.2	التعلم الذاتي والتعاوني	2ق	المحاضرات المتزامنة وغير المتزامنة	الواجبات المشاركة في منتديات النقاش حضور المحاضرات المباشرة والمسجلة

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
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. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الواجبات	مستمر أثناء الفصل الدراسي	10%
2	المشاركة في منتديات الحوار والنقاش	مستمر أثناء الفصل الدراسي	10%
3	حضور المحاضرات المباشرة والمسجلة	مستمر أثناء الفصل الدراسي	10%
4	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	70%

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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

المرجع الرئيس للمقرر	فليب كوتلر & غاري أرمسترونج، "أساسيات التسويق" الترجمة الأخيرة سرور إبراهيم علي سرور، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض طبعة 2018 (المملكة العربية السعودية).
المراجع المساندة	<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.
المصادر الإلكترونية	- المكتبة الإلكترونية السعودية.
أخرى	المادة العلمية في البلاكورد

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة (أستديو) لتسجيل المحاضرات
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز كومبيوتر أو لاب توب - بنظم تعلم الكتروني (مثل البلاك بورد)
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	-

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	غير مباشرة (استبانة)
فاعلية طرق تقييم الطلاب	لجنة الجودة	مباشرة
مصادر التعلم	الطلاب	غير مباشرة (استبانة)
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	أعضاء هيئة التدريس	مباشرة (تقرير المقرر)
محتوى اهداف المقرر ومخرجات التعلم	أعضاء هيئة التدريس	مباشرة (اختبار نهائي، الواجبات)
	الطلاب	غير مباشرة (استبانة)

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	المجلس التنفيذي
رقم الجلسة	الجلسة الثالثة
تاريخ الجلسة	2023/4/12 الموافق 1444/9/21 هـ