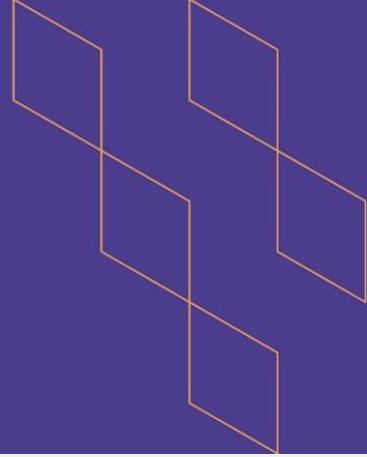




T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة التسويق
رمز المقرر: 107-3250
البرنامج: الدبلوم المتوسط المهني في إدارة الاعمال
القسم العلمي: الكلية التطبيقية
الكلية: الكلية التطبيقية
المؤسسة: جامعة الملك فيصل
نسخة التوصيف: 1
تاريخ آخر مراجعة: 2023/04/18

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



التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:		3 ساعات	
2. نوع المقرر			
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص
ب.	إجباري	اختياري	متطلب مسار
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 تمكين 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 (مبادئ الإدارة)			
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	67.7%
	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 واستراتيجيات ونظريات التسويق وكذلك كيفية تعامل مديري التسويق في المواقف الإدارية المختلفة.	1ع	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	أختبار نهائي - واجبات وأنشطة - أسئلة نقاش
1.2	مناقشة الاستراتيجيات والسياسات والممارسات والأساليب الحديثة التي يستخدمها مديرو التسويق لإدارة أقسامهم بفعالية.	1ع-2ع	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	أختبار نهائي - واجبات وأنشطة - أسئلة نقاش
2.0	المهارات			
2.1	تطبيق نظريات واستراتيجيات التسويق في مواقف الحياة الواقعية لحل المشكلات الإدارية.	3م-4م	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	أختبار نهائي - واجبات وأنشطة - أسئلة نقاش
2.2	استخدام تقنيات واستراتيجيات ومهارات التسويق في مواقف الحياة الحقيقية.	1م-4م	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	أختبار نهائي - واجبات وأنشطة - أسئلة نقاش
2.3	تقييم استراتيجيات التسويق والسياسات والإجراءات والخطط في مجالات مختلفة مثل التسعير والترويج والمنتج والتعبئة ومدى توافقها مع مهمة المنظمات.	2م-3م	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	أختبار نهائي - واجبات وأنشطة - أسئلة نقاش
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	تمكين الطلاب من التصرف بشكل أخلاقي ونزاهة،	1ق	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	أختبار نهائي - واجبات وأنشطة - أسئلة نقاش
3.2	أظهار استقلالية التعلم الذاتي	2ق	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	أختبار نهائي - واجبات وأنشطة - أسئلة نقاش

ج. موضوعات المقرر

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



3	تجزئة السوق والتنبؤ بالطلب	8
3	استراتيجية المنتج	9
3	استراتيجية التسعير	10
3	استراتيجية التوزيع	11
3	استراتيجية الترويج والاتصالات التسويقية	12
3	العلامة التجارية	13
3	طرح المنتجات الجديدة	14
3	تطوير العرض في السوق الدولي	15
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	واجبات	مستمر - خلال الفصل	10 %
2	مشاركة في منديات النقاش	مستمر - خلال الفصل	10 %
3	حضور المحاضرات المباشرة والمسجلة	مستمر - خلال الفصل	10 %
4	اختبار نهائي	فترة الاختبارات النهائية	70 %

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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر 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
- المكتبة الإلكترونية السعودية.	المصادر الإلكترونية
المادة العلمية في البلاكورد	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
منصة التعلم الإلكتروني (البلاكورد)	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
بوابة الخدمات الإلكترونية	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
-	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)	الطلاب	فاعلية التدريس
مباشر	لجنة الجودة	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)	الطلاب	مصادر التعلم
مباشر (تقرير المقرر)	أعضاء هيئة التدريس	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر (اختبار نهائي، الواجبات)	أعضاء هيئة التدريس	أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:

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