### 

|  |  |
| --- | --- |
| الكلية: | كلية العلوم والدراسات الإنسانية – رماح (طلاب وطالبات) |
| القسم الأكاديمي: | **إدارة الأعمال.** |
| البرنامج: | **بكالوريوس في إدارة الأعمال BBA**- مسار إدارة مالية |
| المقرر: | **ادارة التسويق** ( دار 241) |
| منسق المقرر: | د/ منال فرج النهدي |
| منسق البرنامج: | د/ مشرف عبد الله المشرف |
| تاريخ اعتماد التوصيف: | 01 / 01 / 1437 هـ |

**أ) التعريف بالمقرر الدراسي ومعلومات عامة عنه :**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. 1 -**اسم المقرر:** | **إدارة التسويق** | | | | | | | **رمز المقرر:** | | | | **241 دار** | |
| 1. 2 -**عدد الساعات المعتمدة:** | | **3 ساعات محاضرة** | | | | | | | | | | | |
| 1. **3 -البرنامج أو البرامج الذي يقدم ضمنه المقرر الدراسي.** | | | | | | | | | **بكالوريوس في إدارة الأعمال BBA** | | | | |
| 1. 4 – **لغة تدريس المقرر:** | | |  | | العربية | | | | | | | | |
| 1. 5 -**اسم منسق المقرر الدراسي:** | | | | | د/ منال فرج النهدي | | | | | | | | |
| 1. 6-**السنة أو المستوى الأكاديمي الذي يعطى فيه المقرر الدراسي:** | | | | | | | | | | | **المستوي الخامس** | | |
| 1. 7 -**المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):**  * **لا يوجد** | | | | | | | | | | | | | |
| 1. 8 -**المتطلبات الآنية لهذا المقرر (إن وجدت):**  * **لا يوجد** | | | | | | | | | | | | | |
| 9 -**موقع تقديم المقرر إن لم يكن داخل المبنى الرئيس للمؤسسة التعليمية:**  **( لا يوجد )** | | | | | | | | | | | | | |
| 10 – **اسلوب التدريس** | | | | | | | | | | | | | |
| **أ – محاضرات تقليدية** | | | | **√** | |  | **النسبة المئوية:** | | | **100. %** | | |  |
| **ب -مختلط (تقليدي، عن بعد)** | | | |  | |  | **النسبة المئوية:** | | | **....... %** | | |  |
| **ج – التعلم الالكتروني** | | | |  | |  | **النسبة المئوية:** | | | **....... %** | | |  |
| **د – مراسله** | | | |  | |  | **النسبة المئوية:** | | | **....... %** | | |  |
| **هـ -اخرى** | | | |  | |  | **النسبة المئوية:** | | | **....... %** | | |  |
| **ملاحظات:**  تقدم المحاضرات ايضا في شكل سلايد PPT | | | | | | | | | | | | | |

**ب) الأهداف:**

|  |
| --- |
| **يهدف المقرر الي تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية في الادارة بصفة عامة وادارة التسويق بصفة خاصة، وذلك من خلال ما يلي:**   1. تعزيز المعرفة الأساسية للطالب بمجال إدارة التسويق والمامه بمكونات التسويق   2- تنمية الطالب وتزويده بالمهارات والمعارف الأساسية التي تمكنه من مزاولة المهنة في إدارة التسويق  3- تلبية احتياجات الطالب بصفات تمكنه من الحصول علي فرص العمل بمجال إدارة التسويق بجداره  4- تشجيع البحث والإنتاج العلمي في جميع مجال إدارة التسويق |
| 2-صف بإيجاز أية خطط يتم تنفيذها لتطوير وتحسين المقرر الدراسي  - استخدام أساليب ذات أثر ايجابي علي الطلبة وذات فاعلية أكثر كالمناقشة والحوار.  - حث الطلبة علي استخدام تكنولوجيا المعلومات والانترنت والاطلاع المراجع ذات الصلة بموضوع البحث.  - المقررات يتم مراجعتها دوريا من قبل لجنة الخطط والتطوير بالأقسام الأكاديمية والكلية للتأكد من مواكبتها  للتطورات في التخصص من حيث :  \*استخدام المراجع الحديثة .  \* التوافق مع ما تقدمه المؤسسات التعليمية المماثلة فى نفس التخصص .  \* متابعة المؤتمرات العلمية وورش العمل المتخصص |

**ج) توصيف المقرر الدراسي :**

**1-الموضوعات التي سيتم تناولها:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | | |
| الأسبوع | الموضوع | عدد الأسابيع | ساعات الاتصال |
| الأول | التسويق: المفاهيم، التطور والمكونات | 1 | 3 |
| الثاني | التسويق والبيئة التسويقية | 1 | 3 |
| الثالث | سلوك المستهلك النهائي | 1 | 3 |
| الرابع | قرار الشراء والمستهلك النهائي | 1 | 3 |
| الخامس | قرار الشراء ومشتري المنشآت | 1 | 3 |
| السادس | التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية | 1 | 3 |
| السابع | استراتيجيات تحديد السوق المرتقبة | 1 | 3 |
| الثامن و التاسع | استراتيجية المنتجات | 2 | 6 |
| العاشر والحادي عشر | استراتيجية التسعير | 2 | 6 |
| الثاني عشر و الثالث عشر | استراتيجية التوزيع | 2 | 6 |
| الرابع عشر و الخامس عشر | استراتيجية الترويج | 2 | 6 |

**2-مكونات المقرر الدراسي (إجمالي عدد ساعات التدريس لكل فصل دراسي):**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **المحاضرة** | **فصول دراسية** | **المختبر** | **عملي/ميداني/ تدريبي** | **أخرى** | **الإجمالي** |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الأولى (الأسبوع الأول)** | **التسويق: المفاهيم، التطور والمكونات** | **-** | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الثانية (الأسبوع الثاني)** | **التسويق والبيئة التسويقية** |  | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الثالثة (الأسبوع الثالث)** | **سلوك المستهلك النهائي** | **-** | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الرابعة (الأسبوع الرابع)** | **قرار الشراء والمستهلك النهائي** | **-** | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الخامسة (الأسبوع الخامس)** | **قرار الشراء ومشتري المنشآت** | **-** | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **السادسة (الأسبوع السادس)** | **التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية** | **-** | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **السابعة (الأسبوع السابع)** | **استراتيجيات تحديد السوق المرتقبة** |  |  |  |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الثامنة والتاسعة (الأسبوع الثامن والتاسع)** | **استراتيجية المنتجات** |  | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **العاشرة والحادية عشر (الأسبوع العاشر والحادي عشر)** | **استراتيجية التسعير** |  | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الثانية عشر والثالثة عشر (الأسبوع الثاني عشر والثالث عشر)** | **استراتيجية التوزيع** |  | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |
| **ساعات التدريس**  **الفعلية (وهي المعتمدة)** | **الرابعة عشر والخامسة عشر (الأسبوع حادي عشر)** | **استراتيجية الترويج** |  | **نظري.** | **لا يوجد.** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **3-ساعات دراسة خاصة إضافية / ساعات التعلم المتوقع أن يستوفيها الطالب أسبوعياً** | 3 |

**4 – مخرجات التعلم المستهدفة وفقا لمجالات التعلم بالإطار الوطني للمؤهلات وملائمتها مع طرق التقويم واستراتيجيات التدريس.**

|  | **مجالات الإطار الوطني للمؤهلات**  **(مخرجات التعلم المستهدفة للمقرر)** | **استراتيجيات التدريس** | **طرق التقويم** |
| --- | --- | --- | --- |
| **1.0** | المهارات المعرفية | | |
| 1. **تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية في الإدارة بصفة عامة وإدارة التسويق بصفة خاصة** 2. **دراسة الأساليب الكمية وتطويعها في حل بعض المشكلات الإدارية.** | | **المحاضرة عن طريق شرح وتحليل عناصر الموضوعات.** | **اختبارات شهرية ونهائية، أسئلة موضوعية وتحريرية وشفهية.**  **المشاركة والتفاعل من خلال الحوار والنقاش.** |
| **ربط المنهجية النظرية بأمثلة وحالات تطبيقية في مجال العلوم الإدارية.** |
| **الحوار والمناقشة (مجموعات نقاش صغيرة ).** | **الواجبات المنزلية.** |
| **اختبارات شهرية** |  |
| **2.0** | المهارات الادراكية | | |
| **2.1** | * مهارة القدرة على مناقشة و تحليل المعلومات للوصول إلى استنتاجات سليمة منطقية وعلمية. | المشاركة والتفاعل من خلال إعطاء أمثلة عملية من الواقع والتركيز على الظواهر الاجتماعية والاقتصادية والإدارية. |  |
| **2.2** | القدرة علي التحليل والاستنتاج لحل المشاكل التسويفية | محاولة تقريب الواقع الإداري بالواقع الاجتماعي المألوف لدى الطلاب وذلك لتقريب المفهوم وتوسيع مجال الإدراك عند الطالب. |  |
| **2.3** | * مهارة اتاع خطوات البحث العلمي السليم لبعض الانشطة التسويقية. | استخدام وسائل تقنية المعلومات والاتصال الالكتروني والدخول على المواقع الالكترونية ذات الصلة. |  |
| **2.4** | * مهارة التعامل مع مختلف الحالات العملية ذات الصلة بالأنشطة التسويقية. |  |  |
| **2.5** |  |  |  |
| **2.6** | * ربط المعلومات النظرية التي تحصل عليها الطالب داخل الفصل بالجانب العملي في محيطه المجتمعي. |  |  |
| **2.7** | * دعم القدرات لدى الطالب في المشاركة والتفاعل من خلال الحوار والنقاش الجاد. |  |  |
| **3.0** | مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية | | |
| **3.1** | القدرة علي العمل ضمن فريق عمل.  تطوير القدرة على إبداء الآراء النقدية والموضوعية وحتى الشخصية. | المناقشات جماعية. | التقييم العلمي لإجابات الأسئلة الشفهية والاختبارات الشهرية والنهائية |
| **3.2** | القدرة على التعامل مع المشكلات الإدارية في مجال إدارة التسويق | ورش عمل لعرض مواضيع للمناقشة. | تقييم مناقشة الحالات العملية الادارية. |
| **3.3** | . ترسيخ مبدأ التعلم الذاتي من خلال البحث عن معلومات جديدة وفقا لمبادئ اخلاقية المهنة. |  | التقييم من خلال المتابعة والملاحظة العامة تقييم الحوار والمناقشة والمشاركة على المستوى الفردي والجماعي |
| **3.4** | الأبحاث المصغرة لقياس القدرة على إتباع خطوات البحث العلمي السليم وكيفية استخدام وسائل تقنية المعلومات وشبكة الانترنت |
| **4.0** | مهارات التواصل وتقنية المعلومات والمهارات العددية | | |
| **4.1** | استخدام شبكة الإنترنت للاستفادة من المعلومات ذات الصلة بالمادة الدراسية. | المحاضرة | تطوير العمل الجماعي من خلال فرق عمل صغيرة. |
| **4.2** | مهارات الإلقاء وكسر حاجز الخوف من التحدث امام الآخرين. |  | العمل ضمن مجموعات صغيرة لإثراء النقاش وتسهيل استيعاب المعلومات المحاسبية. |
| **4.3** | استخدام شبكة الإنترنت للاستفادة من الدوريات والمجلات العلمية الرياضية ذات الصلة بالمادة الدراسية  مهارة القدرة على استخدام وسائل التقنية الحديثة من خلال البحث في شبكة الانترنت والحاسب الآلي للبحث عن المعلومات التسويقية |  | تبادل الأدوار بين الأستاذ والطالب لتشجيع المبادرة وكشف المهارات الشخصية للطالب. |
| **5.0** | المهارات النفس حركية | | |
| **5.1** | **لا يوجد** |  |  |

**5. جدول مهام تقويم الطلاب خلال الفصل الدراسي**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **مهمة التقويم** | **الأسبوع** | **النسبة**  **من التقويم النهائي** |
| **1** | اختبار فصلي (شهري) أول | السابع | 20٪ |
| **2** | اختبار فصلي (شهري) ثاني | الثالث عشر | 20٪ |
| **3** | حضور ومشاركة | طيلة الفصل | 5٪ |
| **4** | أنشطة عملية وواجبات | طيلة الفصل | 15٪ |
| **5** | امتحان نهائي | آخر الفصل | 40٪ |

**د. الدعم والإرشاد الأكاديمي للطلاب**

|  |
| --- |
| **سيتم دعم الطالب والطالبة خلال فترات الساعات المكتبية المتاحة للأستاذ\الاستاذة خلال الفصل الدراسي الحالي بإذن الله .** |

**هـ مصادر التعلم**

|  |
| --- |
| 1-الكتب المقررة المطلوبة:  طلعت أسعد عبد الحميد, التسويق الفعال, تنوير للترجمة والنشر والتوزيع, الطبعة 15, الجيزة, 2010م. |
| 2-**المراجع الرئيسة:**  -ثابت إدريس، بحوث التسويق، 2003. |
| 3-**الكتب والمراجع التي يوصى بها:**   * فيليب كوتلر , **" كوتلر يتحدث عن التسويق" كيف تنشئ الاسواق وتعززها وتسيطر عليها,2008م.** |
| 4-**المراجع الإلكترونية، مواقع الإنترنت...الخ**:  www.edarah.orgالمكتبة الرقمية السعودية. |
| 5-**مواد تعليمية أخرى**:   * **لا يوجد** |

**و. المرافق اللازمة:**

|  |
| --- |
| 1-**المباني:**   * قاعة محاضرات تتسع لـ35 طالب مزودة بـSmart Board and Data Show مجهزة بالمكيفات الضرورية لتلطيف جو القاعة. |
| 2-**مصادر الحاسب الآلي:**   * بروجيكتور وجهاز حاسب آلي محمول لعرض الشرائح علي الطلاب |
| 3-**مصادر أخرى:**   * لا يوجد |

**ز. تقييم المقرر الدراسي وعمليات تطويره**

|  |
| --- |
| 1-**استراتيجيات الحصول على التغذية الراجعة من الطلاب بخصوص فعالية التدريس**:   * استبيانات للطلاب و الطالبات لمعرفة آرائهم حول المقرر ومدي فاعلية أسلوب التدريس عن طريق الموقع الالكتروني |
| 2-**استراتيجيات أخرى لتقييم عملية التدريس من قبل المدرس أو القسم:**   * المراجعة الدورية للمقرر من قبل لجنة الخطط الدراسية والجداول بالقسم وكذلك تدوير المقررات |
| 3-**عمليات تطوير التدريس:**   * تحديث مصادر التعلم بناء علي توصيات لجنة الخطط والجداول الدراسية بالقسم – تشجيع عمليات التعلم الذاتي – تشجيع القراءات الخارجية – تشجيع الطلاب علي التقديم والإلقاء – تشجيع الطلاب علي المناقشات الجماعية. |
| 4-**عمليات التحقق من معايير الإنجاز لدى الطالب:**   * المراجعة والتصحيح الجماعي بالقسم |
| 5- **إجراءات التخطيط للمراجعة الدورية لمدى فعالية المقرر الدراسي والتخطيط لتطويرها**:   * يتم مراجعة المقرر بشكل دوري من قبل لجنة الخطط والجداول الدراسية بالقسم لضمان مواكبته للتطورات الحديثة في التخصص |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **منسق المقرر** | |  | **رئيس القسم الأكاديمي** | |
| الاسم: | **:** د منال فرج النهدي |  | الاسم: | د مشرف عبد الله المشرف |
| التوقيع: | منال النهدي |  | التوقيع: | ................................. |
| التاريخ: | 01 / 01 / 1437 هـ |  | التاريخ: | ....... / ....... / ....... هـ |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **تم اعتماد توصيف المقرر**  **ي جلسة القسم رقم (5) بتاريخ 01 / 01 / 1437 هـ** | | | |
|  |  |  | |