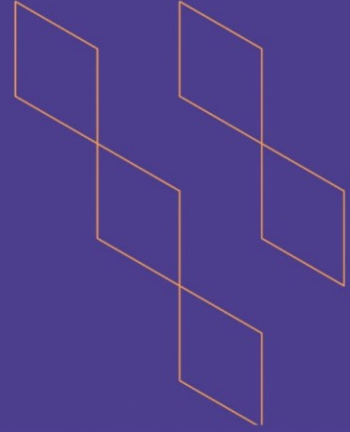




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



| |
|--------------------------------|
| اسم المقرر: مبادئ التسويق |
| رمز المقرر: |
| البرنامج: المحاسبة |
| القسم العلمي: ادارة الاعمال |
| الكلية: كلية إدارة الأعمال |
| المؤسسة: جامعة المجمعة |
| نسخة التوصيف: ١٤٤٥ هـ |
| تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٣/٢٣ هـ |



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ٣
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٥
- د. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: ٦
- و. تقويم جودة المقرر: ٦
- ز. اعتماد التوصيف: ٧



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (٣)

٢. نوع المقرر

| | | | | | |
|---|--|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|
| أ | <input type="checkbox"/> متطلب جامعة | <input checked="" type="checkbox"/> متطلب كلية | <input type="checkbox"/> متطلب تخصص | <input type="checkbox"/> متطلب مسار | <input type="checkbox"/> أخرى |
| ب | <input checked="" type="checkbox"/> إجباري | <input type="checkbox"/> اختياري | | | |

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (الثانية-الرابع)

٤. الوصف العام للمقرر

المقرر يشرح ويوضح مبادئ ومفاهيم وأنشطة التسويق بمنشآت الأعمال والمنظمات.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

MGT111

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

يوضح المقرر مبادئ ومفاهيم وأنشطة التسويق بمنشآت الأعمال. والمنظمات غير الهادفة للربح في كل من الأسواق المحلية والدولية، كما يوضح المقرر كيفية تأثر أنشطة التسويق بالظروف والعوامل الثقافية والاجتماعية والإقتصادية والتنافسية والتكنولوجية والقانونية التي تحيط بها، وأيضاً يسعى المقرر إلى تبيان الدور الذي تلعبه وظيفة التسويق في تحقيق أهداف المنظمة وفي تنشيط الإقتصاد الوطني، حيث يشمل المقرر تخطيط البرامج التسويقية وإنجازها والرقابة عليها مع شرح المزيج التسويقي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج).

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

| م | نمط التعليم | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|--|-----------------------|--------|
| ١ | تعليم التقليدي | ٤٥ | %١٠٠ |
| ٢ | التعليم الإلكتروني | | |
| ٣ | التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني | | |

| م | نمط التعليم | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|----------------|-----------------------|--------|
| ٤ | التعليم عن بعد | | |

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

| م | النشاط | ساعات التعلم | النسبة |
|----------|-----------------|--------------|--------|
| ١ | محاضرات | ٤٥ | %١٠٠ |
| ٢ | معمل أو إستوديو | | |
| ٣ | ميداني | | |
| ٤ | دروس إضافية | | |
| ٥ | أخرى | | |
| الإجمالي | | ٤٥ | %١٠٠ |

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 | أن يكون لدى الطالب المعرفة الكافية بالمفهوم التسويقي والقدرة على تحديد عناصر المزيج التسويقي، ومعرفة المفاهيم الأساسية فيما يتعلق بالمزيج التسويقي. | ٢٤ | <ul style="list-style-type: none"> المحاضرة؛ الحوار والمناقشة. | <ul style="list-style-type: none"> اختبار فصلي؛ اختبار نهائي؛ المشاركة؛ الأعمال الفصلية؛ |
| 1.2 | | | | |
| ... | | | | |
| 2.0 | المهارات | | | |
| 2.1 | | | | |
| 2.2 | | | | |
| ... | | | | |
| 3.0 | القيم والاستقلالية والمسؤولية | | | |
| 3.1 | أن يصبح الطالب قادراً على قيادة فرق العمل بمرونة وفعالية وتحمل مسؤولية التطوير المهني والمشاركة في تطوير أداء المجموعة، | ١٢ | <ul style="list-style-type: none"> العروض؛ الحوار والمناقشة. | <ul style="list-style-type: none"> أعمال المشاركة؛ التكليفات. الملاحظة. |

| الرمز | نواتج التعلم | رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج | استراتيجيات التدريس | طرق التقييم |
|-------|--------------------------|-----------------------------------|---------------------|-------------|
| | وتعزيز جودة الحياة لديه. | | | |
| 3.2 | | | | |
| 3.3 | | | | |
| 3.4 | | | | |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات | الساعات التدريسية المتوقعة |
|---------|--|----------------------------|
| ١ | المقدمة في التسويق. | ٦ |
| ٢ | البيئة التسويقية. | ٦ |
| ٣ | تجزئة السوق. | ٣ |
| ٤ | سلوك المستهلك. | ٣ |
| ٥ | خطوات عملية الشراء. | ٣ |
| ٦ | السلع والخدمات. | ٦ |
| ٧ | التسعير. | ٣ |
| ٨ | التوزيع. | ٣ |
| ٩ | الترويج. | ٦ |
| ١٠ | نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق. | ٣ |
| ١١ | التسويق الإلكتروني. | ٣ |
| المجموع | | ٤٥ |

د. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|-----|-----------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| ١ | الاختبار الفصلي | ٨ - ١٠ | ٣٠% |
| ٢ | الاختبارات القصيرة المفاجئة | خلال الفصل الدراسي | ١٠% |
| ٣ | المشاركات والواجبات والعروض | خلال الفصل الدراسي | ٢٠% |
| ... | الاختبار النهائي | ١٥ | ٤٠% |

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

| | |
|--|-----------------------|
| طلعت أسعد عبد الحميد. ٢٠١٧. التسويق الفعال- كيف تواجه تحديات القرن ٢٠. دار النهضة العربية. | المراجع الرئيس للمقرر |
| محمد امين السيد علي. ٢٠١٢. أسس التسويق. الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن. | المراجع المساندة |
| يتم إرشاد الطالب للمواقع المتخصصة على الشبكة العنكبوتية للاستعانة بها في فهم واستيعاب واستكمال متطلبات المقرر؛ | المصادر الإلكترونية |
| <ul style="list-style-type: none"> برنامج العروض باوربوينت MS PowerPoint؛ نظام التعليم الإلكتروني. | أخرى |

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| متطلبات المقرر | العناصر |
|--|---|
| قاعات تدريسية | المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... (إلخ) |
| السيبورة الذكية، برنامج بلاك بورد، شبكة انترنت | التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيبورة الذكية، البرمجيات) |
| | تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص) |

و. تقويم جودة المقرر:

| طرق التقييم | المقيمون | مجالات التقييم |
|---|---------------|--------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> استبانة تقييم الطلاب للمقرر. استبانة تقييم رضا الطالب عن الاختبارات. استبانة تقييم المرافق من قبل الطالب. | الطلاب. | فاعلية التدريس |
| | | فاعلية طرق تقييم الطلاب |
| <ul style="list-style-type: none"> استبانة تقييم الطالب لعضو هيئة التدريس. مناقشات دورية من قبل القسم لتقييم طرق التدريس للمقرر والبحث في إمكانية تطويره. ربط المقرر بالتطبيق العملي. رفع الموضوعات للطلاب على الموقع الشخصي الإلكتروني لتسهيل عملية الاستذكار. مشاركة الطلاب في تجهيز بعض المواد العلمية للمقرر وتقديمها ومناقشتها. | القسم العلمي. | مصادر التعلم |
| <ul style="list-style-type: none"> الاستعانة بعضو هيئة تدريس مستقل من داخل القسم لتصحيح عينة من اختبار الطالب قبل البدء في عملية التصحيح. الاستعانة بعضو هيئة تدريس مستقل من داخل القسم لتصحيح اختبارات الطلاب بعد الانتهاء من عملية التصحيح. | القسم العلمي. | مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر |



| طرق التقييم | المقيمون | مجالات التقييم |
|--|----------|----------------|
| • توحيد امتحان المقرر لأكثر من عضو هيئة تدريس. | | |
| | | أخرى |

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

ز. اعتماد التوصيف:

| جهة الاعتماد | مجلس القسم |
|--------------|------------|
| رقم الجلسة | التاسعة |
| تاريخ الجلسة | 1445-04-10 |

