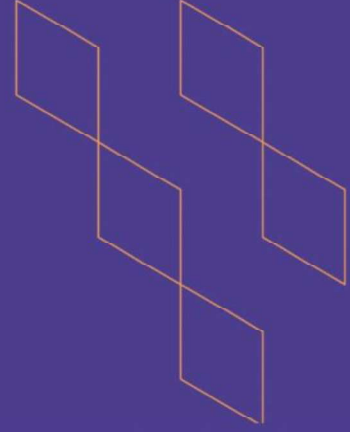


2023

TP-153



## توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



|   |
|---|
| اسم المقرر: مبادئ التسويق                       |
| رمز المقرر: ١٢٢١٢ تسقا-٢                        |
| البرنامج: التسويق الالكتروني (دبلوم متوسط)      |
| القسم العلمي: وحدة التخصصات الإدارية والانسانية |
| الكلية: التطبيقية                               |
| المؤسسة: جامعة الملك خالد                       |
| نسخة التوصيف: الرابعة                           |
| تاريخ آخر مراجعة: ابريل ٢٠٢٤ م                  |

معتمد نهائي



ETECKSA



### جدول المحتويات

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

معتمد نهائي



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (ساعتان)

٢. نوع المقرر

|     |  |                                     |  |                                     |                               |
|-----|--|-------------------------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------|
| أ - | <input type="checkbox"/> متطلب جامعة       | <input type="checkbox"/> متطلب كلية | <input checked="" 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: (السنة الأولى - المستوى الأول)

٤. الوصف العام للمقرر

يقدم هذا المقرر المفاهيم الأساسية ومبادئ التسويق ووظائفه، والمزيج التسويقي للسلع والخدمات، وتصنيفها والمهارات المطلوبة لإتقان تلك الوظائف، كما يتطرق لعناصر المزيج الترويجي بتفاصيلها.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر لتعريف الطالب/ة بالمفاهيم والمبادئ الأساسية، والمصطلحات، والنظريات المطبقة في مجال التسويق. وأنواع عناصر المزيج التسويقي .

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

| م | نمط التعليم          | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|----------------------|-----------------------|--------|
| ١ | تعليم التقليدي       | -                     | -      |
| ٢ | التعليم الإلكتروني   | -                     | -      |
| ٣ | التعليم المدمج       | ٣٠                    | %١٠٠   |
|   | • التعليم التقليدي   | ٢٠                    | %٦٦,٦٦ |
|   | • التعليم الإلكتروني | ١٠                    | %٣٣,٣٣ |
| ٤ | التعليم عن بعد       | -                     | -      |

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

اعتمد نهائي

| م | النشاط          | ساعات التعلم | النسبة |
|---|-----------------|--------------|--------|
| ١ | محاضرات         | ٣٠           | %١٠٠   |
| ٢ | معمل أو إستوديو |              |        |





|             |    |      |  |
|-------------|----|------|--|
| ميداني      | ٣  |      |  |
| دروس إضافية | ٤  |      |  |
| الإجمالي    | ٣٠ | ١٠٠٪ |  |

ب. نواتج التعلم للمقررواستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

| الرمز      | نواتج التعلم  | رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج | استراتيجيات التدريس                             | طرق التقييم                       |
|------------|---|-----------------------------------|---|-----------------------------------|
| <b>1.0</b> | <b>المعرفة والفهم</b>                                   |                                   |   |                                   |
| 1.1        | يُعرّف المفاهيم والمبادئ الأساسية في التسويق            | K1<br>١ع                          | -المحاضرة<br>-المناقشة<br>- الحوار              | -الاختبارات<br>(الفصلي + النهائي) |
| 1.2        | يذكر عناصر المزيج التسويقي                              | K1                                | -المحاضرة<br>-المناقشة والحوار                  | -الاختبارات<br>(الفصلي + النهائي) |
| ١,٣        | يستعرض وظائف التسويق                                    | ١ع                                |   |                                   |
| <b>2.0</b> | <b>المهارات</b>   |                                   |   |                                   |
| 2.1        | يحلل العلاقة بين عناصر المزيج التسويقي والمزيج الترويجي | S2<br>٢م                          | -المناقشة والحوار<br>-العصف الذهني              | العروض التقديمية                  |
| 2.2        | يميز بين عناصر المزيج التسويقي                          | S2<br>٢م                          | - دراسة الحالة<br>-العروض الفردية والجماعية     | الأسئلة الشفهية المباشرة          |
| <b>3.0</b> | <b>القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>                    |                                   |   |                                   |
| 3.1        | يتصرف بمسؤولية تجاه المواقف                             | ١ق<br>V1                          | -المناقشة والحوار<br>-الأنشطة الفردية والجماعية | الملاحظة                          |
| 3.2        | يتعامل بشكل أخلاقي مع الآخرين                           | ١ق<br>V1                          | -المناقشة والحوار<br>-الأنشطة الفردية والجماعية | الملاحظة                          |
| ٣,٣        | يشارك بكفاءة وفعالية مع فريق العمل                      | ٢ق<br>V2                          | -الأنشطة الفردية والجماعية                      | الملاحظة                          |
| ٣,٤        | يتميز بالنزاهة والصدق                                   | ٢ق<br>V2                          | -الأنشطة الفردية والجماعية                      | الملاحظة                          |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات                | الساعات التدريسية المتوقعة |
|---|--------------------------------|----------------------------|
| ١ | تعريف التسويق وأهميته ، أهدافه | ٢                          |



|         |  |         |
|---------|--|---------|
| ٢       | مراحل تطور التسويق: (مفهوم الإنتاج، مفهوم المنتج، مفهوم البيع، المفهوم التسويقي الحديث).   | ٢       |
| ٢       | أنواع الأسواق وتجزئة السوق   | ٣       |
| ٤       | البيئة التسويقية: مفهوم البيئة التسويقية / لبيئة التسويقية الداخلية / بيئة التسويقية الخارجية  | ٤       |
| ٢       | السلوك الشرائي: مفهوم سلوك المستهلك النهائي/ تحليل سلوك المستهلك النهائي / تحليل سلوك المنظمات                                       | ٥       |
| ٢       | مفهوم الطلب وتحليله.   | ٦       |
| ٢       | التسويق المباشر وأنواع التسويق عبر الإنترنت: التعريفات / الطبيعة والخصائص  | ٧       |
| ٢       | المعلومات التسويقية: مفهوم نظم المعلومات التسويقية / أهمية نظام المعلومات التسويقية / مكونات نظام المعلومات التسويقي / بحوث التسويق. | ٨       |
| ٢       | عناصر المزيج التسويقي: ٤ تاءات (تصنيع / تسعير / ترويج / توزيع) "4Ps"   | ٩       |
| ٢       | المنتج: السلع، الخدمات، الأفكار)، (دورة حياة المنتج).  | ١٠      |
| ٢       | السعر: مفهومه، أهدافه، طرقه، استراتيجياته، ومصادره.  | ١١      |
| ٢       | التوزيع: (النقل، التخزين، القناة التسويقية).   | ١٢      |
| ٤       | الترويج: مفهومه ومكوناته، ومزيج ( الإعلان، البيع الشخصي، النشر، ترقية وتنشيط المبيعات، العلاقات العامة).                             | ١٣      |
| المجموع |  | ٣٠ ساعة |

#### د. أنشطة تقييم الطلبة

| م       | أنشطة التقييم  | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|---------|--|--------------------------|-------------------------------|
| ١       | واجب ورقي فردي (أنواع الأسواق وتجزئة السوق)<br>واجب الكتروني (البيئة التسويقية)                              | الثالث                   | ٥%<br>٥%                      |
| ٢       | مشروع جماعي (مفهوم الطلب وتحليله).<br>مشروع جماعي نقاشي صفي عن (التسويق المباشر وأنواع التسويق عبر الإنترنت) | السابع                   | ٥%<br>٥%                      |
| ٣       | الاختبار الفصلي  | الثامن/التاسع            | ٢٠%                           |
| ٤       | واجب ورقي فردي (مكونات نظام المعلومات التسويقي)<br>واجب الكتروني (تسويق المشروع)                             | الحادي عشر               | ٥%<br>٥%                      |
| ٥       | مشروع فردي (عناصر المزيج التسويقي: ٤ تاءات (تصنيع / تسعير / ترويج / توزيع) "4Ps")                            | الثالث عشر               | ١٠%                           |
| ٦       | الاختبار النهائي   | السادس عشر/السابع عشر    | ٤٠%                           |
| المجموع |  | ١٠٠%                     |                               |

معتمد نهائي

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



هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

|  |                      |
|--|----------------------|
| سعيد العضاضي (مبادئ التسويق) دار ابتسام للنشر، ٢٠١٩<br>د. حبيب التركستاني، مبادئ التسويق، ٢٠١٢   | المرجع الرئيس للمقرر |
| مبادئ التسويق ، د. نسيم حنا مترجم عن كوتلر، دارالمريخ للنشر ١٩٩٠ م<br>Philip Kotler, Gary Armstrong, Ahmed Tolba, Anwar Habib. (2011) ,<br>Principles of Marketing. Pearson Educational Limited, Harlow, Essex,<br>England | المراجع المساندة     |
| Journal of marketing   | المصادر الإلكترونية  |
| ويكيبيديا  | أخرى                 |

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| متطلبات المقرر   | العناصر   |
|--|---|
| قاعة محاضرات تتسع لـ ٥٠ طالب مزودة Smart Board and Data Show                     | المرافق النوعية<br>(القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ) |
| توفير أجهزة حاسوب بالعدد الكافي (عند الضرورة). مع مستلزمات عرض الشرائح التعليمية | التجهيزات التقنية<br>(جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)                   |
| لا يوجد  | تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)  |

و. تقويم جودة المقرر:

| طرق التقييم  | المقيمون   | مجالات التقييم                 |
|--|--|--------------------------------|
| رأي الطلاب عن طريق الاستبيانات السابقة واللاحقة لتدريس المقرر.   | الطلاب   | فاعلية التدريس                 |
| - مراجعة النظر<br>- التحقق الخارجي بواسطة عضو هيئة تدريس آخر.<br>- تصحيح عينة بواسطة عضو آخر من برنامج مماثل . | - المراجع النظر<br>- لجنة الجودة<br>- أعضاء هيئة التدريس | فاعلية طرق تقييم الطلاب        |
| -بطاقة الملاحظة<br>- الاستبيانات<br>- الاختبارات.  | - الطلاب<br>- أعضاء هيئة التدريس                         | مصادر التعلم                   |
| - التقييمات والواجبات.<br>- الاستبيانات  | - أعضاء هيئة التدريس                                     | مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر |

معتمد نهائي





| طرق التقييم | المقيّمون                              | مجالات التقييم |
|-------------|--|----------------|
| *الاستبانات | لجنة الخطط والمناهج-أعضاء هيئة التدريس | فعالية المقرر  |

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

#### ز. اعتماد التوصيف:

|                                       |              |
|---------------------------------------|--------------|
| لجنة الخطط والمناهج بالكلية التطبيقية | جهة الاعتماد |
| ٤٥/٥/١                                | رقم الجلسة   |
| ١٤٤٥/١٢/٣ هـ                          | تاريخ الجلسة |

معتمد نهائي

