



اعتماد
NCAAA
T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	مبادئ التسويق
رمز المقرر:	MKT224
البرنامج:	المالية
القسم العلمي:	المالية
الكلية:	العلوم والدراسات الإنسانية
المؤسسة:	المجمعة

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3
- ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 3
1. الوصف العام للمقرر: 3
2. الهدف الرئيس للمقرر 3
3. مخرجات التعلم للمقرر: 4
- ج. موضوعات المقرر 4
- د. التدريس والتقييم: 5
1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 5
2. أنشطة تقييم الطلبة 5
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 5
- و - مصادر التعلم والمرافق: 5
1. قائمة مصادر التعلم: 5
2. المرافق والتجهيزات المطلوبة: 6
- ز. تقويم جودة المقرر: 6
- ح. اعتماد التوصيف 6



أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3 ساعات معتمدة
2. نوع المقرر
أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input checked="" type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى
ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)
MGT112
5. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)
لا يوجد

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	√	%100
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	أو التعليم عن بعد	√	%100
5	أخرى		

7. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
1	محاضرات	45
2	معمل أو استوديو	-
3	دروس إضافية	-
4	أخرى (تذكر)	-
	الإجمالي	45

ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر: يوضح المقرر مبادئ ومفاهيم وأنشطة التسويق بمنشآت الأعمال والمنظمات غير الهادفة للربح في كل من - الأسواق المحلية والدولية . وكيف تتأثر هذه الأنشطة بالظروف والعوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتنافسية والتكنولوجية والقانونية التي تحيط بها، كما يبين الدور الذي تلعبه وظيفة التسويق في تحقيق أهداف المنظمة وفي تنشيط الاقتصاد الوطني. يشمل المقرر تخطيط البرامج التسويقية وإنجازها والرقابة عليها مع شرح عناصر المزيج التسويقي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج)
2. الهدف الرئيسي للمقرر التعريف بالتسويق وأهميته وتطوره ومكانته في عملية إشباع حاجات ورغبات العملاء، تحليل البيئة التسويقية ونظم المعلومات التسويقية، وبحوث التسويق، دراسة عناصر المزيج التسويقي وسلوك المستهلك والتسويق الاستراتيجي

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
	1.1 يعرف التسويق وأهميته وتطوره.
	1.2 يعرف البيئة الداخلية والخارجية للمنشأة
	1.3 يحدد سلوك المستهلك والتعرف على دوافعه
	1.4 يعدد عناصر المزيج التسويقي
	1.5 يتعرف على التسويق عبر الانترنت
	2 المهارات
	2.1 بنهاية هذا المقرر يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:
	2.2 تطبيق ما تم دراسته على الواقع العملي.
	2.3 يحلل سلوك المستهلك و دوافعه
	3.4 القيم
	3.1 أن يتجاوز الطالب مع الطلاب وتطوير الشعور بالحس بالمسؤولية في انجاز المهام والواجبات
	3.2 أن يشارك الطالب بفعالية في المناقشات العلمية.

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	تعريف التسويق	3
2	أهمية التسويق	3
3	البيئة التسويقية	3
4	التسويق الاستراتيجي	3
5	نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق	3
6	تجزئة السوق	3
7	المستهلك الأخير والمنظمة	3
8	خطوات عملية الشراء	3
9	النواحي التنظيمية للتسويق	3
10	السلع والخدمات	3
11	تخطيط المنتجات	3
12	التسعير	3
13	التوزيع	3
14	الترويج	3
	المجموع	45

د. التدريس والتقييم:

1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم		
1.1	يعرف التسويق وأهميته وتطوره.	المحاضرات الواجبات	الاختبارات متابعة الواجبات
1.2	يعرف البيئة الداخلية والخارجية للمنشأة		
1.3	يحدد سلوك المستهلك والتعرف على دوافعه		
1.4	يعدد عناصر المزيج التسويقي		
1.5	يتعرف على التسويق عبر الانترنت		
2.0	المهارات		
2.1	تطبيق ما تم دراسته على الواقع العملي.	الواجبات	تقييم الواجبات تقييم المناقشات
2.2	يحلل سلوك المستهلك ودوافعه	المناقشات	
2.3	يحلل المزيج التسويقي		
2.4	يناقش بطريقة بناءة في موضوعات السوق وسلوك المستهلك.		
3.0	القيم		
3.1	أن يتجاوب الطالب مع الطلاب وتطوير الشعور بالحس بالمسؤولية في انجاز المهام والواجبات	عروض الطلاب حل المشكلات مجموعات العمل	تقييم العروض أسئلة تحتوي على مشكلات تقويم العروض
3.2	أن يشارك الطالب بفعالية في المناقشات العلمية.		

2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تمارين - واجبات - تكاليف	مستمر	10%
2	الحضور والمشاركة بالمناقشات	مستمر	10%
3	الاختبار الشهري الأول	7	20%
4	الاختبار الشهري الثاني	13	20%
5	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	40%

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

هـ- أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- اشراف أستاذ المقرر علي الطالب أثناء التكاليفات والواجبات والبحوث.
- الساعات المكتبية المخصصة (ساعتان أسبوعيا) من قبل أستاذ المقرر.
- تواصل أستاذ المقرر مع الطالب عبر البلاك بورد.

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

إدارة التسويق، د. محمود صادق بازرعة، دار النهضة العربية، ١٩٩٢	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> • التسويق الفعال - كيف تواجه تحديات القرن ٢٠، طلعت اسعد عبد الحميد، دار النهضة العربية، ٢٠١٢ • مبادئ التسويق، د. سالم الرحيمي، د محمود أبو دلبوح، جريز، ٢٠١٢ 	المراجع المساندة
	المصادر الإلكترونية
لا يوجد	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة مجهزة: بروجكتور وجهاز كمبيوتر كافية لـ 30 طالب
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيورة الذكية، البرمجيات)	جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الانترنت وجهاز عرض.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا يوجد

ز. تقييم جودة المقرر:

مجالات التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	تطبيق استبانة تقييم المقرر
فعالية المقرر الدراسي	لجنة المراجعة الداخلية	المراجعة الداخلية للمقرر

مجالات التقييم (مثل: فاعلية التدريس، فاعلة طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر، مصادر التعلم ... إلخ)
المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	قسم المالية
رقم الجلسة	الثامنة
تاريخ الجلسة	1443/04/05 هـ