



اعتماد
NCAAA
T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	إدارة التسويق
رمز المقرر:	
البرنامج:	الدبلوم المتوسط في المصرفية والتأمين – عن بعد (٥)
القسم العلمي:	الإدارة
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الملك فيصل

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ٣
- ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ٣
١. الوصف العام للمقرر: ٣
٢. الهدف الرئيس للمقرر ٣
٣. مخرجات التعلم للمقرر: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٤
- د. التدريس والتقييم: ٤
١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ٤
٢. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: ٥
- و - مصادر التعلم والمرافق: ٥
١. قائمة مصادر التعلم: ٥
٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة: ٦
- ز. تقويم جودة المقرر: ٦
- ح. اعتماد التوصيف ٦



أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة: 3
٢. نوع المقرر
أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى (تخصص)
ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر الأولي – المستوى الثاني
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)
٥. المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية		
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني	45	100 %
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

٧. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
١	محاضرات مباشرة (متزامنة)	12
٢	معمل أو إستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر) (محاضرات مسجلة)	33
	الإجمالي	45

ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر: الهدف الرئيسي من مقرر إدارة ادارة التسويق هو توضيح المفاهيم 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 الى هذا، سيكتسب الطالب المهارات المتعلقة بالعمل الجماعي والاتصالات والقيادة.
٢. الهدف الرئيس للمقرر تزويد الطلاب بالمفاهيم والتقنيات المتعلقة بالتسويق.

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
٢٤ ، ٢٤	1.1 شرح وظائف ومفاهيم ونظريات التسويق.
٢٤ ، ٢٤	1.2 مناقشة الاستراتيجيات والممارسات الحديثة في التسويق.
٢٤ ، ٢٤	1.3 فهم أهمية التسويق في الرفع من أداء المنظمات.
	2 المهارات
١٣	2.1 تطبيق المهارات والاستراتيجيات والممارسات الحديثة في مجال إدارة التسويق.
١٣	2.2 تصميم التقنيات والبرامج التسويقية لتنمية ولاء العملاء.
١٣	2.3 تحليل نتائج أداء استراتيجيات التسويق.
	3 القيم
٢٢	3.1 التواصل الفعال والعمل بروح الفريق الواحد
٢٢	3.2 القدرة على التعلم الذاتي وإظهار حس المسؤولية.

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	تمهيد للمقرر	3
٢	مفاهيم أساسية في التسويق.	3
٣	تطور الفكر التسويقي	3
٤	البيئة وتطوير الاستراتيجيات التسويقية	3
٥	نظام المعلومات التسويقية وبحوث التسويق	3
٦	دراسة سلوك المشتري المستهلك (سلوك المستهلك ٠١)	3
٧	دراسة سلوك مشتري الأعمال (سلوك المستهلك ٠٢)	3
٨	تجزئة السوق والتنبؤ بالطلب	3
٩	استراتيجية المنتج	3
١٠	استراتيجية التسعير	3
١١	استراتيجية التوزيع	3
١٢	استراتيجية الترويج والاتصالات التسويقية	3
١٣	العلامة التجارية	3
١٤	طرح المنتجات الجديدة	3
١٥	تطوير العرض في السوق الدولي	3
	المجموع	٤٥

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1	المعرفة والفهم		
1.1	شرح وظائف ومفاهيم ونظريات التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
1.2	مناقشة الاستراتيجيات والممارسات الحديثة في التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
1.3	فهم أهمية التسويق في الرفع من أداء المنظمات.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
2	المهارات		

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.1	تطبيق المهارات والاستراتيجيات والممارسات الحديثة في مجال إدارة التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
2.2	تصميم التقنيات والبرامج التسويقية لتنمية ولاء العملاء.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة حالات عملية	اختبارات وواجبات
2.3	تحليل نتائج أداء استراتيجيات التسويق.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
3	القيم		
3.1	التواصل الفعال والعمل بروح الفريق الواحد	محاضرات متزامنة وغير متزامنة مناقشات وتعلم ذاتي	اختبارات وواجبات مشاركات
3.2	القدرة على التعلم الذاتي وإظهار حس المسؤولية.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة مناقشات وتعلم ذاتي	اختبارات وواجبات مشاركات

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	واجبات	على مدار الفصل الدراسي	٪١٠
٢	مشاركات	على مدار الفصل الدراسي	٪١٠
٣	مناقشات	على مدار الفصل الدراسي	٪١٠
٤	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي	٪٧٠

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

ثلاث ساعات مكتبة (اون لاين) اسبوعيا

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	فليب كوتلر & غاري أمسترونج، "أساسيات التسويق" الترجمة الأخيرة سرور إبراهيم علي سرور، دار المريخ للنشر و التوزيع، الرياض طبعة ٢٠١٨ (المملكة العربية السعودية).
المراجع المساندة	<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.
المصادر الإلكترونية	- المكتبة الإلكترونية السعودية.
أخرى	

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات بث حسب الحاجة
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	<ul style="list-style-type: none"> ■ نظم لإدارة التعلم الإلكتروني (البلاك بورد) (حاسب آلي مكتبي او محمول) ■ سبورة ذكية (عند الحاجة) ■ جهاز حاسوب لوحي (عند الحاجة). ■ تطبيقات الكترونية وعروض تقديمية عند الحاجة.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

ز. تقييم جودة المقرر:

مجلات التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)
فاعلية طرق تقييم الطلاب	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)
فاعلية طرق تقييم الطلاب	المراجع النظير	مباشر
مصادر التعلم	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)
مصادر التعلم	عضو هيئة التدريس	غير مباشر (تقرير المقرر)
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	عضو هيئة التدريس	مباشر (اعمال الطلاب في الاختبارات، مشاريع، تقارير، واجبات)

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

مجلس الجامعة	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة