

## نموذج توصيف مقرر دراسي

٢٠١٣

المؤسسة: جامعة تبوك	تاريخ إعداد التوصيف: ١٤٣٦/٠١/١٢ هـ
الكلية: كلية إدارة الاعمال	القسم: التسويق

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

اسم ورمز المقرر الدراسي: مبادئ التسويق MKT 231
عدد الساعات المعتمدة: ٣ ساعات
البرنامج أو البرامج الذي يقدم ضمنه المقرر الدراسي. (في حال وجود مقرر اختياري عام في عدة برامج، يبين هنا بدلاً من إعداد قائمة بهذه البرامج) برنامج التسويق
اسم عضو هيئة التدريس المسؤول عن المقرر الدراسي: د. توفيق محمد ببيع العززي
السنة أو المستوى الأكاديمي الذي يعطى فيه المقرر الدراسي: السنة الثانية المستوى الثالث
المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد
المتطلبات الآتية لهذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد
موقع تدريس المقرر إن لم يكن داخل المبنى الرئيس للمؤسسة التعليمية: كلية إدارة الاعمال، الحرم الجامعي الرئيسي. طريقة / أسلوب التدريس (ضع علامة صح امام جميع الطرق المستخدمة) أ. فصل تقليدي نعم ب. مختلط (تقليدي وانترنت) النسبة: ١٠٠% ج. تعلم إلكتروني النسبة؟ د. تعلم بالمراسلة النسبة؟ هـ. طرق أخرى النسبة؟

#### التعليقات:

التعليم يتم عن طريق تقديم المحاضرات بأوقات محددة في صفوف تقليدية داخل الجامعة

#### ب) الأهداف:

##### ١. ما هو الهدف الأساسي لهذا المقرر الدراسي؟

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للتسويق ومكونات البيئة التسويقية المعاصرة. كما يهدف إلى تمكين الطالب من الأدوات اللازمة لتجزئة السوق وفهم وتحليل سلوك المستهلك وتطوير وإدارة المنتجات وتحديد السعر المناسب واختيار قنوات التوزيع ووضع خطة الترويج بما يحقق أهداف المنشأة التسويقية ويلبي حاجات ورغبات العملاء.

##### ٢. صف بإيجاز أية خطط يتم تنفيذها لتطوير وتحسين المقرر الدراسي. (مثل الاستخدام المتزايد لتقنية المعلومات أو مراجع الإنترنت، والتغييرات في المحتوى كنتيجة للأبحاث الجديدة في مجال الدراسة).

- تقديم حالات دراسية متكاملة عن مشكلات تسويقية معاصرة وتحليلها، وطرح حلول بديلة.
- استخدام أمثلة مباشرة من السوق عن طريق جلب المادة العلمية من ما ينشر على صفحات الشركات في الإنترنت.
- تبني مفهوم التعلم بطرح الامثلة والمشاركة في تكوين أمثلة للموضوع الدراسي.
- التواصل مع الشركات ذات الاعتبارات السيادية في السوق والتعرف على إنجازاتها.

#### ج) توصيف المقرر الدراسي (ملاحظة: ينبغي إرفاق توصيف عام في الاستمارة المستخدمة في النشرة التعريفية أو الدليل):

١. الموضوعات التي ينبغي تناولها:		
ساعات التدريس	عدد الأسابيع	قائمة الموضوعات
٦	٢	مقدمة في التسويق
٣	١	البيئة التسويقية
٦	٢	تجزئة تقسيم السوق
٦	٢	سلوك المستهلك
٦	٢	سياسات وقرارات المنتجات
٦	٢	تطوير المنتجات الجديدة

التسعير	١	٣
التوزيع	١	٣
الترويج	١	٣

٢. مكونات المقرر الدراسي (إجمالي عدد ساعات التدريس لكل فصل دراسي):					
أخرى	عملي/ميداني/ تدريبي	المختبر	مادة الدرس	المحاضرة	
٠	٠	٠	٤٢	٤٢	ساعات التدريس الفعلية
٠	٠	٠	٣	٣	الساعات المعتمدة

٣. ساعات دراسة خاصة إضافية/ساعات التعلم المتوقع أن يستوفها الطالب أسبوعياً. (ينبغي أن يمثل هذا المتوسط لكل فصل دراسي وليس المطلوب لكل أسبوع):  
٣٠ ساعة في الفصل الدراسي على الأقل لتحليل الحالات الدراسية.

٤. نواتج تعلم المقرر الدراسي في مجالات التعلم كما هي مبيّنة بالإطار الوطني للمؤهلات، وتوافقها مع طرق التقويم واستراتيجيات التدريس المتبعة:

	NQF Learning Domains And Course Learning Outcomes	Course Teaching Strategies	Course Assessment Methods
	مجالات التعلم كما يحددها الإطار الوطني للمؤهلات	استراتيجيات التدريس	طرق التقويم
1.0			Knowledge المعارف
1.1		تقديم المحاضرات عن طريق الشرح	تعريف الطالب بأهمية التسويق سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة

1.2		عرض على برنامج بوربوينت	تمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة التخطيط التسويقي ومراحله.
		إعطاء أمثلة مباشرة وحية من الأسواق على شركات قائمة	تمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة التسويق
		مناقشة عدد من الحالات الدراسية القائمة في السوق	تعريف الطالب بمفهوم وطبيعة وأبعاد وعناصر المزج التسويقي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة.
2.0	<b>Cognitive Skills</b> <b>المهارات الإدراكية</b>		
2.1		استخدام ودراسة الحالات الدراسية المتعلقة بالسوق مباشرة.	القدرة على الإحاطة وتحديد المتغيرات التي تطرأ على السوق بدقة، والتي تؤثر على مكنسبات المنشأة.
2.2		مناقشة الحالات الدراسية.	القدرة على تحليل السوق بناء على المخاطر القائمة، والفرص المتاحة والبديلة.
		إعطاء تمارين حسابية مبنية على شركات واقعية داخل السوق	القدرة على بناء دراسة تسويقية مبنية على التحليل التسويقي والمالي للمنشأة وللسوق.
3.0	<b>Interpersonal Skills &amp; Responsibility</b> <b>مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية</b>		
3.1		مناقشة حالات دراسية واقعية في السوق	● القدرة على التعامل مع الأسواق المتعددة.
3.2		إعطاء الطلاب المبادرة في شرح	تمية مهارات التواصل الاجتماعي والقدرة

		الحالات الدراسية	على توجيه النقد البناء
		إعطاء الطلاب الفرصة في تفصيل الحالات الدراسية وتقديم حلول لها	● تطوير المهارات الاستشارية المتعلقة بالأسواق.
4.0	<b>Communication, Information Technology, Numerical</b> <b>مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية</b>		
4.1		استخدام الحاسب الآلي وبرنامج الأكسل	تنمية مهارات التحليل التسويقي
4.2		استخدام برامج التحليل والعرض والمنتجات	تنمية مهارات القياس والمقارنة للأسواق والمنتجات
5.0	<b>Psychomotor</b> <b>المهارات الحركية النفسية</b>		
5.1		التركيز على مبادرة الطلاب في شرح الحالات الدراسية	تنمية مهارات الرد المباشر على المحملات التسويقية للمنافسين
5.2		التركيز على مبادرة الطلاب في شرح الحالات الدراسية	تطوير مهارات التعامل مع تحولات وتقلبات الأسواق
		التركيز على مبادرة الطلاب في شرح الحالات الدراسية	تطوير مهارات اكتشاف وتعريف المنتجات الجديدة في الأسواق بعامه

5. جدول مهام التقويم للطلاب أثناء الفصل الدراسي:			
نسبته من التقويم النهائي	الأسبوع المحدد له	مهمة التقويم (كتابة مقال، اختبار، مشروع جماعي، اختبار نهائي... الخ)	
٢٠%	السابع	الاختبار الدوري الأول	١
٢٠%	الثالث عشر	الاختبار الدوري الثاني	٢
٤٠%	السادس عشر	الاختبار النهائي	٣
٥%	خلال الفصل	المشاركة في المحاضرة	٤
١٥%	خلال الفصل	تحليل الحالة الدراسية	٥

د. الدعم والإرشاد الطلابي:

تدابير تقديم أعضاء هيئة التدريس للاستشارات والإرشاد الأكاديمي للطلاب (أذكر قدر الوقت الذي يتوقع أن يتواجد خلاله أعضاء هيئة التدريس لهذا الغرض في كل أسبوع).

- محدد لكل عضو هيئة تدريس عدد عشر ساعات مكتبية مدونة داخل الجدول الدراسي، يمكن للطلاب خلال أي ساعة من هذه الساعات مناقشة كل ما يتعلق بالمقرر مع عضو هيئة التدريس.
- كل عضو من أعضاء هيئة التدريس في القسم موزع عليه مجموعة من طلاب القسم يكون مسؤول عن تقديم المشورة والإرشاد الأكاديمي لهم.

هـ. مصادر التعلم:

١. الكتب المقررة المطلوبة: عزام، زكريا أحمد وآخرون (٢٠١٢) مبادئ التسويق الحديث: بين النظرية والتطبيق. الطبعة الرابعة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
٢. المراجع الرئيسة: عبدالحمد، طلعت أسعد (٢٠١٤) التسويق الفعال: كيف تواجه تحديات القرن ٢١. الطبعة التاسعة عشر. الرياض: مكتبة الشقري للنشر والتوزيع
٣. الكتب و المراجع التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير،... إلخ) (أرفق قائمة بها)
٤. المراجع الإلكترونية، مواقع الإنترنت... إلخ:
٥. مواد تعليمية أخرى مثل البرامج المعتمدة على الحاسب الآلي/الأسطوانات المدججة، والمعايير /اللوائح التنظيمية الفنية:

و. المرافق اللازمة:

يُبين متطلبات المقرر الدراسي بما في ذلك حجم فصول الدراسة والمختبرات (أي: عدد المقاعد داخل الفصول الدراسية والمختبرات، وعدد أجهزة الحاسب الآلي المتاحة... إلخ):
١. المباني (قاعات المحاضرات، المختبرات، إلخ):
٢. مصادر الحاسب الآلي:
٣. مصادر أخرى (حدها... مثل: الحاجة إلى تجهيزات مخبرية خاصة، أذكرها، أو أرفق قائمة بها):

ز. تقييم المقرر الدراسي وعمليات تطويره:

١. استراتيجيات الحصول على التغذية الراجعة من الطلاب بخصوص فعالية التدريس:
● استبيان في نهاية كل فصل دراسي، لجمع معلومات عن طريقة التدريس، وأسلوب عرض المادة العلمية، وأسلوب أستاذ المادة.
● عن طريق مراجعة كل فصل تم تدريسيته في بداية كل أسبوع.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• عن طريق التقييم العام في الأسئلة المباشرة في الصف الدراسي.</li> <li>• عن طريق تقييم الاختبارات الدورية في الفصل، والاختبارات القصيرة.</li> </ul>
<p>٢. استراتيجيات أخرى لتقييم عملية التدريس من قبل المدرس أو القسم:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• أسلوب شرح الحالات الدراسية من قبل الطلاب.</li> <li>• المشاركة في موضوع الدرس وإعطاء الفرصة للطلاب لضرب أمثلة متعددة.</li> </ul>
<p>٣. عمليات تطوير التدريس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• استخدام وسائل شرح متطورة كمثل عرض فلم عن أحد الشركات.</li> <li>• مناقشة الأبحاث المقدمة من الطلاب في الصف.</li> </ul>
<p>٤. مليات التحقق من معايير الإنجاز لدى الطالب (مثل: تدقيق تصحيح عينة من أعمال الطلبة بواسطة أعضاء هيئة تدريس مستقلين، والتبادل بصورة دورية لتصحيح الاختبارات أو عينة من الواجبات مع طاقم تدريس من مؤسسة أخرى):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• إعطاء الفرصة للطلاب لتقييم مشاريع البحث العلمي كتقييم مبدئي.</li> <li>• مراجعة الاختبارات النهائية من قبل أستاذ آخر غير أستاذ المادة.</li> <li>• مراجعة البحوث المقدمة من الطلاب من قبل أستاذ آخر غير أستاذ المادة.</li> </ul>
<p>٥. صف إجراءات التخطيط للمراجعة الدورية لمدى فعالية المقرر الدراسي والتخطيط لتطويرها:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• مراجعة المادة العلمية في كل فصل دراسي، من قبل منسق المادة الأساسي.</li> <li>• تقديم مقترحات لتغيير منهجية المادة لمواكبة التطور السريع في المواضيع.</li> </ul>

التوقيع: \_\_\_\_\_

اسم القائم بتدريس المقرر الدراسي: د. توفيق محمد ببيع العززي

تاريخ إنجاز التوصيف: ١٢ محرم ١٤٣٦ هـ

عميد الكلية: \_\_\_\_\_

الشخص المسئول عن استلام التوصيف: \_\_\_\_\_

رئيس القسم: د. توفيق محمد العززي

التاريخ: \_\_\_\_\_

التوقيع: \_\_\_\_\_