



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: التسويق الدولي
رمز المقرر: APAM2512T
البرنامج: التسويق التطبيقي
القسم العلمي: دبلومات
الكلية: الكلية التطبيقية
المؤسسة: جامعة أم القرى
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 2024/12/29



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:.....3
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:.....4
- ج. موضوعات المقرر.....5
- د. أنشطة تقييم الطلبة.....6
- هـ. مصادر التعلم والمرافق:.....6
- و. تقويم جودة المقرر:.....7
- ز. اعتماد التوصيف:.....7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (ثلاث ساعات)

2. نوع المقرر

أ - ☐ متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☒ متطلب تخصص ☐ متطلب مسار ☐ أخرى

ب - ☒ إجباري ☐ اختياري

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الثانية - المستوى الثالث)

4. الوصف العام للمقرر

يوصف هذا المقرر اهم المفاهيم الأساسية في مجال التسويق الدولي واهم الفروقات بين التسويق المحلي والتسويق الدولي بالإضافة الى معرفة كيفية الاستفادة من الفرص التسويقية في الأسواق الدولية وكيفية مواجهة التحديات الخارجية.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

APAM1501T مبادي التسويق

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

7. الهدف الرئيس للمقرر

- تعريف الطلاب بالمبادئ والمهارات الأساسية للتسويق الدولي
- توضيح الفرق بين التسويق المحلي والتسويق الدولي
- التعرف على اهم عناصر ومكونات بيئة التسويق الدولي.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	3	100%
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج		
	<ul style="list-style-type: none"> • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني 		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	شرح أبرز المفاهيم و التعريفات المستخدمة في التسويق من منظور دولي	1ع	المحاضرات والمناقشات أثناء المحاضرة	تقييم الاختبارات النصفية والنهائية - التكاليف
1.2	شرح تأثير التأثيرات الدولية على المنتجات والخدمات للمستهلكين والشركات	2ع	المحاضرات والمناقشات أثناء المحاضرة	تقييم الاختبارات النصفية والنهائية - التكاليف
1.3	تقييم البيئات الثقافية والسياسية والقانونية المختلفة التي تؤثر على التسويق الدولي	3ع	المحاضرات والمناقشات أثناء المحاضرة	تقييم الاختبارات النصفية والنهائية - التكاليف
2.0	المهارات			
2.1	مهارة عمل خطة تسويقية لدخول الأسواق الدولية	1م	المحاضرات والمناقشات أثناء المحاضرة العروض التقديمية الأنشطة جماعية	مشاريع - عروض تقديمية

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.2	مهارة تحليل وحل الحالات العملية المرتبط بالتسويق الدولي	م ²	المحاضرات والمناقشات أثناء المحاضرة العروض التقديمية الأنشطة جماعية	مشاريع - عروض تقديمية
3.0				
3.1	يقدر الأمانة العلمية أثناء أداء المهمات الدراسية	ق ¹	الواجبات الجماعية والفردية المنزلية	تقييم مشاريع - حالات عملية
3.2	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء كان قيادياً أو عضواً	ق ²	المجموعات الصغيرة	تقييم مشاريع - عروض تقديمية
3.3	يظهر القدرة على التعلم الذاتي والتطوير المهني	ق ³	التعلم الذاتي- التعلم التعاوني	تقييم مشاريع - حالات عملية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في التسويق الدولي	3
2	وظائف التسويق الدولي	3
3	الفرق بين التسويق المحلي والتسويق الدولي	3
4	بيئة التسويق الدولي	6
5	مفهوم بيئة التسويق الدولي والعوامل التي تؤثر عليه	3
6	مفهوم التسويق الإلكتروني الدولي	3
7	الدخول للأسواق الدولية	3
8	فرص وأهداف الدخول للأسواق الدولية	3
9	بحوث التسويق الدولية	3

10	التسويق الدولي والتجارة الدولية	3
11	المنتجات الدولية	3
12	الترويج الدولي	3
13	التسعير الدولي	3
14	التوزيع الدولي	3
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاعمال الفصلية و تشمل المشاركة والواجبات والتكاليف	خلال الفصل الدراسي	40%
2	الاختبار النصفى	الأسبوع 8	20%
3	الاختبار النهائى	الأسبوع 16	40%
...			

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

كتاب التسويق الدولي - أ.د. حبيب الله بن محمد التركستاني 2019	المرجع الرئيس للمقرر
كتاب التسويق الدولي - د. رضوان المحمود العمر International Marketing 10th Edition by Michael R. Czinkota , Ilkka A. Ronkainen	المراجع المساندة
رابط المكتبة السعودية الرقمية sdl.edu.sa/SDLPortal/ar/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية	قاعات دراسية تتسع لحوالي 45 طالب

العناصر	متطلبات المقرر
(القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	أجهزة عرض و شبكة إنترنت و برمجيات مايكروسوفت أوفيس ونظام البلاك بورد
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
فاعلية التدريس	أعضاء هيئة التدريس – الطلاب	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	أعضاء هيئة التدريس – منسق المقرر – مشرف البرنامج	تصحيح عينة بواسطة عضو آخر من برنامج مماثل- نماذج من تقييم الطلاب و أعمالهم
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس – الطلاب	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	منسق المقرر – مشرف البرنامج	نتائج الطلاب في الاختبارات الدورية والنهائية
أخرى		

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس جامعة أم القرى
رقم الجلسة	851141114462/190356
تاريخ الجلسة	1446/11/22

