

توصيف المقرر الدراسي

| | |
|---------------|------------------|
| اسم المقرر: | أصول التسويق |
| رمز المقرر: | 2317112- 3 |
| البرنامج: | الحاسبة |
| القسم العلمي: | الحاسبة |
| الكلية: | الجامعية بالجموم |
| المؤسسة: | جامعة أم القرى |

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 4
1. الوصف العام للمقرر: 4
2. الهدف الرئيس للمقرر 4
3. مخرجات التعلم للمقرر: 4
- ج. موضوعات المقرر 5
- د. التدريس والتقييم: 5
1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 5
2. أنشطة تقييم الطلبة 7
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 7
- و - مصادر التعلم والمرافق: 7
1. قائمة مصادر التعلم: 7
2. المرافق والتجهيزات المطلوبة: 8
- ز. تقويم جودة المقرر: 8
- ح. اعتماد التوصيف 8

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

| |
|---|
| 1. الساعات المعتمدة: 3 ساعات معتمدة أسبوعياً |
| 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"/> اختياري <input checked="" type="checkbox"/> إجباري |
| 3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: السنة الأولى / المستوى الثاني |
| 4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مقرر أصول الإدارة 2317110-3 |
| 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 | 3 | 100% |
| 2 | التعليم المدمج | - | - |
| 3 | التعليم الإلكتروني | - | - |
| 4 | التعليم عن بعد | - | - |
| 5 | أخرى | - | - |

7. ساعات التعلم الفعلية للمقرر (على مستوى الفصل الدراسي)

| م | النشاط | ساعات التعلم |
|----------------------|----------------------------|--------------|
| ساعات الاتصال | | |
| 1 | محاضرات | 45 |
| 2 | معمل أو إستوديو | - |
| 3 | دروس إضافية | - |
| 4 | أخرى (تذكر) - ساعات مكتبية | 30 |
| | الإجمالي | 75 |
| ساعات التعلم الأخرى* | | |
| 1 | ساعات الاستذكار | 30 |
| 2 | الواجبات | 30 |
| 3 | المكتبة | 10 |
| 4 | إعداد البحوث/ المشاريع | 10 |
| 5 | أخرى (تذكر) عروض تقديمية | 10 |
| | الإجمالي | 90 |

* هي مقدار الوقت المستمر في النشاطات التي تسهم في تحقيق مخرجات التعلم للمقرر، ويشمل ذلك: جميع أنشطة التعلم، مثل: ساعات الاستذكار، إعداد المشاريع، والواجبات، والعروض، والوقت الذي يقضيه المتعلم في المكتبة

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر:

يقدم هذا المقرر استعراض عام لمجال التسويق. ويوضح هذا المقرر كيفية تحقيق القيمة من خلال التسويق، وكذلك كيفية مسح البيئة الخارجية وتحديد مكونات المزيج التسويقي في علاقته بتقسيم السوق إلى قطاعات سوقية.

2. الهدف الرئيس للمقرر:

- إمداد الطلاب بالمعرفة والمهارات الأساسية في المجالات التالية:

- عناصر المزيج التسويقي وعناصر المزيج الترويجي.
- عناصر المزيج الترويجي على صناعات وقطاعات مختلفة.
- الدوافع الشرائية وتحليل المستهلك.
- بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية.
- استراتيجية المنتج ودورة حياة السلعة.
- استراتيجيات التسعير وأنواعها وأنواع المخالفات السعرية.
- استراتيجية التوزيع ونظم القنوات التسويقية.
- دور الإعلان في إيصال خصائص السلع والخدمات.
- العلاقات العامة والدعاية.

3. مخرجات التعلم للمقرر:

| رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج | مخرجات التعلم للمقرر |
|----------------------------------|--|
| | المعارف |
| | 1 |
| | 1.1 الاستجابة للأبعاد البيئية في التسويق ومعرفة أثر ذلك على المنظمة. |
| | 1.2 وظائف النشاط التسويقي ومدى مساهمة تكاملها البيئي وتكاملها مع بقية الوظائف الأخرى بالمنظمة بنجاح. |
| | 1.3 المزيج التسويقي للسلع والخدمات. |
| | 1.4 المتغيرات المحلية والعالمية المعاصرة وأثرها على أنشطة التسويق. |
| | 1.5 اتخاذ القرارات التسويقية في المواقف المختلفة. |
| | المهارات |
| | 2 |
| | 2.1 تنمية مهارات تحليل المشاكل التسويقية والتقرير بشأنها. |
| | 2.2 تنمية مهارة الاتصال الشفهي والإبداعي من خلال الحلقات النقاشية. |
| | 2.3 تنمية ثقافة العمل الجماعي والاجتماعي. |
| | 2.4 تنمية المهارة الإشرافية والقيادية. مهارة الاستجابة لأبعاد البيئة التسويقية |
| | 2.5 مهارة الاتصال الفعال. |
| | 2.6 مهارة المبادرة والابتكار. |

| رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج | مخرجات التعلم للمقرر |
|--|--|
| | 2.7 المهارة على إجادة فنون البيع والإقناع وإقفال الصفقات. |
| | 2.8 مهارة معرفة قياس رضا العملاء وبناء علاقات معهم. |
| | 2.9 تنمية مهارات الطلاب وتحفيزهم على استخدام امكانيات شبكة الانترنت للحصول على البيانات والمعلومات واستعراض البحوث والدراسات المتعلقة بالتسويق والإعلان. |
| | 3 الكفاءات |
| | 3.1 الاستعداد لتحمل المسؤولية العامة تجاه المجتمع. |
| | 3.2 تنمية مهارات الطلاب على استخدام التنبؤ بحجم السوق والمبيعات والحصة السوقية. |
| | 3.3 القدرة على اتخاذ القرارات. |
| | 3.4 القدرة على التنبؤ وتحليل نتائج التنبؤ كأساس للتخطيط العلمي السليم واختيار الاهداف والسياسات الملائمة. |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات | ساعات الاتصال |
|---|---|---------------|
| 1 | مقدمة في التسويق. | 3 |
| 2 | سلوك المستهلك الشرائي. | 3 |
| 3 | العوامل الديموغرافية وتجزئة السوق. | 3 |
| 4 | بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية. | 6 |
| 5 | استراتيجية تطوير المنتجات. | 6 |
| 6 | استراتيجيات التسعير. | 6 |
| 7 | استراتيجيات قنوات التوزيع ونظم القنوات التسويقية. | 6 |
| 8 | المزيج الترويجي: الإعلان وتنشيط المبيعات. | 6 |
| 9 | البيع الشخصي والتسويق الإلكتروني. | 6 |
| | 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 | المعارف | | |
| 1.1 | الاستجابة للأبعاد البيئية في التسويق ومعرفة أثر ذلك على المنظمة. | استخدام وسائل التقنية الحديثة في عرض المحاضرة. | الاختبارات التحريرية. |
| 1.2 | وظائف النشاط التسويقي ومدى مساهمة تكاملها البيئي وتكاملها مع بقية الوظائف الأخرى بالمنظمة بنجاح. | تناول المحاضرة لحالات وأمثلة عملية توضيحاً للجوانب النظرية لها. | مستوى التفاعل وجدية النقاش والحوار. |

| الرمز | مخرجات التعلم | استراتيجيات التدريس | طرق التقييم |
|-------|--|---|--|
| 1.3 | المزيج التسويقي للسلع والخدمات. | تكليف الطلاب بأعمال بحثية خفيفة وواجبات تتعلق بالجوانب المعرفية للمقرر. | البحوث الخفيفة. |
| 1.4 | المتغيرات المحلية والعالمية المعاصرة وأثرها على أنشطة التسويق. | دفع الطلاب لقراءة أكثر من مرجع من الكتب والدوريات ذات العلاقة. | الواجبات الدورية. |
| 1.5 | اتخاذ القرارات التسويقية في المواقف المختلفة. | دفع الطلاب بالتحضير والإلقاء لتطوير مهارات الاتصال. | المناقشات داخل الفصل. |
| 2.0 | المهارات | | |
| 2.1 | تنمية مهارات تحليل المشاكل التسويقية والتقرير بشأنها. | تكليف الطلاب ببحوث جماعية لتنمية روح الفريق في العمل. | |
| 2.2 | تنمية مهارة الاتصال الشفهي والإبداعي من خلال الحلقات النقاشية. | التكليف بواجبات تستدعي استخدام الطالب لمهاراته التحليلية | واجبات جماعية وفردية تستدعي استخدام الادوات التحليلية في مهام حل المشكلات. |
| 2.3 | تنمية ثقافة العمل الجماعي والاجتماعي. | استخدام اسلوب العصف الذهني داخل المحاضرة. | المناقشات الشفهية. |
| 2.4 | تنمية المهارة الإشرافية والقيادية. مهارة الاستجابة لأبعاد البيئة التسويقية | تكليف الطلاب بواجبات تطبيقية تسمح بتنمية القدرة على حل المشكلات والتنبؤ بها واتخاذ القرارات الادارية. | |
| 2.5 | مهارة الاتصال الفعال. | واجبات جماعية يعطى فيها 52% من التقييم لإسهام كل فرد في العمل. | تقويم الواجبات الجماعية على اساس مقدار ما أسهم به كل طالب. |
| 2.6 | مهارة المبادرة والابتكار. | طرح حالات دراسية واثارة قضايا جدلية ذات صلة بالمقرر وتنظيم إدارة النقاش حولها. | قياس القدرة على الدراسة الذاتية من خلال الواجبات الفردية. |
| 2.7 | المهارة على إجادة فنون البيع والإقناع وإقفال الصفقات. | تعزيز ثقافة الحوار وترسيخ فكرة ان رأي صواب يحتمل الخطأ ورأي غيري خطأ يحتمل الصواب. | مختبرات عملية مع تقسيم الطلاب لمجموعات وتقويم أداء كل مجموعة. |
| 2.8 | مهارة معرفة قياس رضا العملاء وبناء علاقات معهم. | الاستعانة ببعض التجارب الواقعية لمنظمات أعمال من رواد الصناعة. | |
| 2.9 | تنمية مهارات الطلاب وتحفيزهم على استخدام امكانيات شبكة الانترنت للحصول على البيانات والمعلومات واستعراض البحوث والدراسات | مشاركة الطالب بإجراء حالات تطبيقية. | واجبات تحتاج الى التطبيق الملائم للمهارات العددية ومهارات التواصل. |

| الرمز | مخرجات التعلم | استراتيجيات التدريس | طرق التقييم |
|-------|---|--|---|
| | المتعلقة بالتسويق والإعلان. | | |
| 3.0 | الكفاءات | | |
| 3.1 | الاستعداد لتحمل المسؤولية العامة تجاه المجتمع. | عرض قصص نجاح أهم القادة في مجال أعمالهم. | |
| 3.2 | تنمية مهارات الطلاب على استخدام التنبؤ بحجم السوق والمبيعات والحصة السوقية. | تكليف الطلاب ببعض البحوث التطبيقية مع استخدام أساليب التحليل الإحصائي الملائمة. | اختبارات تحتوي على أسئلة تحتاج إلى تفسير بعض المعلومات إحصائياً ورياضياً. |
| 3.3 | القدرة على اتخاذ القرارات. | تأسيس العلاقة بين المدرس والطلاب بمفهوم "تمكين الطلاب" بحيث يكون الطالب طرفاً فعالاً في هذه العلاقة. | متابعة مستمرة للطلاب من الناحية السلوكية والاستيعابية. |
| 3.4 | القدرة على التنبؤ وتحليل نتائج التنبؤ كأساس للتخطيط العلمي السليم واختيار الأهداف والسياسات الملائمة. | استخدام أسلوب مجموعات التركيز من الطلاب في مناقشة موضوع المحاضرة | الاختبارات التي تتضمن 50% من أسئلة تعرض لحل المشكلات |

2. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|---|---|--------------------------|-------------------------------|
| 1 | اختبار دوري أول | الأسبوع السادس | 15 % |
| 2 | اختبار دوري ثاني | الأسبوع الثاني عشر | 15 % |
| 3 | مشاركات شفوية، حلقات علمية، واجبات، أبحاث جماعية وفردية عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل | على مدار الفصل الدراسي | 10 % |
| 4 | الاختبار النهائي | نهاية الفصل الدراسي | 60 % |

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- تقديم أعضاء هيئة التدريس للاستشارات والإرشاد الأكاديمي للطلاب بواقع 3 ساعات أسبوعياً.
- الساعات المكتبية للمناقشة مع الطلاب والإجابة على استفساراتهم خارج الفصل الدراسي: ساعتان أسبوعياً.

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

| | |
|--|----------------------|
| - Philp Kotler, Gary Armstrong "Principles of Marketing", 13 th ed., Pearson, 2010. | المرجع الرئيس للمقرر |
| - د. نظام سويدان، ود. شفيق حداد، "التسويق: مفاهيم معاصرة"، دار الحامد، عمان، الأردن، 2006. | |

| | |
|--|----------------------------|
| <p>- Journals:</p> <p>- Journal of Marketing</p> <p>- European Journal of Marketing</p> <p>https://www.ama.org/Pages/default.aspx</p> <p>http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing</p> | <p>المراجع المساندة</p> |
| | <p>المصادر الإلكترونية</p> |
| | <p>أخرى</p> |

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| متطلبات المقرر | العناصر |
|---|--|
| <p>- إعداد وتجهيز قاعات المحاضرات قبل بداية أي فصل دراسي وعمل الصيانة والإصلاح اللازمة للمقاعد وأجهزة التكييف.</p> <p>- تحديد عدد مجموعات الطلاب بما يتلاءم مع الطاقة الاستيعابية للقاعة.</p> <p>- تحديد سقف المجموعات بـ 30 طالب لكل مجموعة.</p> | <p>المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)</p> |
| <p>- تزويد قاعات المحاضرات بأجهزة Data Show Projector</p> <p>- جهاز كمبيوتر شخصي.</p> | <p>التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)</p> |
| <p>- شبكة أنترنت لاسلكية.</p> | <p>تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)</p> |

ز. تقويم جودة المقرر:

| طرق التقييم | المقيمون | مجالات التقييم |
|-------------|----------|----------------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

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 |
| | رقم الجلسة |
| | تاريخ الجلسة |