



اعتماد  
NCAAA  
T4  
2020

## توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	مقرر موضوعات معاصرة في التسويق
رمز المقرر:	602417-3
البرنامج:	بكالوريوس في التسويق
القسم العلمي:	قسم التسويق
الكلية:	كلية ادارة الاعمال
المؤسسة:	جامعة الطائف

## 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:	٣
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:	
٢. نوع المقرر	
أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input checked="" type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى <input type="checkbox"/>	ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري <input type="checkbox"/>
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر السابع / الثامن	
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)	
مبادئ التسويق ٣- ٦٠٢٢٠١	
٥. المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد	

## ٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٤ ساعات	١٠٠%
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

## ٧. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
١	محاضرات	٤٠ ساعة
٢	معمل أو إستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	٤٠ ساعة

## ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر: يتناول مجموعة من الموضوعات المعاصرة في التسويق، مثل التسويق الاجتماعي والذهبي والأخضر والداخلي والابتكاري والشبكي والتسويق السياسي ونشأة هذه المفاهيم.
٢. الهدف الرئيس للمقرر - تزويد وتنمية الرصيد المعرفي للطلاب بأحدث ما وصل اليه الفكر التسويقي بالنسبة للموضوعات التسويقية المعاصرة من مبادئ ومفاهيم وأسس فلسفية تطبيقية - التعرف على مفاهيم وتطبيقات كل من التسويق الاجتماعي والذهبي والوردي والداخلي والشبكي والسياسي ونشأة هذه المفاهيم. - أهمية المفاهيم السابقة في منظمات الأعمال
٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
	1.1 يتعرف الطالب على المفاهيم الرئيسية المعاصرة للتسويق (موضوع الدراسة)، ويوضح نشأة هذه المفاهيم
	1.2 يتعرف على أهمية المناهج والأنواع التسويقية المعاصرة موضع الاهتمام في هذا المقرر، ويوضح أوجه الارتباط

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
1.3	بينها وبين" المفهوم التسويقي المعاصر " باعتباره التوجه الرئيسي للتسويق في المرحلة الحالية. يحدد دور مجالات التسويق المعاصر ، مثل التسويق الاجتماعي ، والتسويق السياسي، والتسويق الشبكي ، في تسويق المنتجات التسويقية ذات الطبيعة المتميزة ، ومنها: المنتجات الرقمية، والأفكار ، والأشخاص، والأماكن
1...	
2	<b>المهارات</b>
2.1	يقارن بين الأبعاد المختلفة للمناهج التسويقية المعاصرة مثل: التسويق الذهبي، والأخضر. ويحلل الدور الذي تلعبه هذه المناهج في تحقيق إشباع احتياجات العميل.
2.2	ويقارن بين الاختلافات المرتبطة باستراتيجيات المزيج التسويقي ، الذي تقوم عليه مجالات مختلفة من مجالات التسويق: كالتسويق الاجتماعي ، والشبكي ، والسياسي
3	<b>القيم</b>
3.1	التعرف علي الية تنفيذ برامج وموضوعات التسويق المعاصرة وربطها بالمجتمع باتباع اخلاقيات المهنة والقوانين المنظمة للعمل
3.2	
3.3	
3...	

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	التسويق الاجتماعي	٤
٢	التسويق الذهبي	٤
٣	التسويق الوردي	٤
٤	التسويق الداخلي	٤
٥	التسويق الشبكي	٤
٦	التسويق السياسي	٤
٧	التسويق الأخضر	٤
٨	التسويق الابتكاري	٤
٩	الرقابة التسويقية متعددة المصادر	٤
١٠	المراجعة التسويقية	٤
	<b>المجموع</b>	٤٠

### د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	<b>المعرفة والفهم</b>		
1.1	يتعرف الطالب على المفاهيم الرئيسية المعاصرة للتسويق (موضع الدراسة)، ويوضح نشأة هذه المفاهيم	١. المحاضرات	١. الاختبارات -
1.2	يتعرف على أهمية المناهج والأنواع التسويقية المعاصرة موضع الاهتمام في هذا المقرر، ويوضح أوجه الارتباط بينها وبين" المفهوم التسويقي المعاصر "باعتباره التوجه الرئيسي للتسويق في المرحلة الحالية.	٢. أساليب الصف المقلوب (مشاهد فيديو، مقاطع صوتية، مواقع إلكترونية وغيرها).	2. الاختبارات المصغرة وأسئلة النقاش.
١,٣	يحدد دور مجالات التسويق المعاصر ، مثل التسويق الاجتماعي ، والتسويق السياسي، والتسويق الشبكي ، في تسويق المنتجات التسويقية ذات الطبيعة المتميزة ، ومنها: المنتجات الرقمية، والأفكار ، والأشخاص، والأماكن	3. القراءة الموجهة - 4. الزيارات الميدانية	3. الواجبات والتكليفات - 4. العروض التقديمية - 5. الأبحاث الفردية المصغرة
2.0	<b>المهارات</b>		
2.1	يقارن بين الأبعاد المختلفة للمناهج التسويقية المعاصرة مثل: التسويق الذهبي، والأخضر. ويحلل الدور الذي تلعبه هذه المناهج في تحقيق إشباع احتياجات العميل.	١. المحاضرات - 2. أساليب الصف المقلوب - (مشاهد فيديو، مقاطع صوتية، مواقع إلكترونية وغيرها)	١. الاختبارات - 2. الاختبارات المصغرة وأسئلة النقاش.
2.2	ويقارن بين الاختلافات المرتبطة باستراتيجيات المزيج		3. الواجبات والتكليفات -

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
...	التسويقي ، الذي تقوم عليه مجالات مختلفة من مجالات التسويق :التسويق الاجتماعي ، والشبكي ، والسياسي	3حلقات النقاش- . 4الحالات الدراسية- . 5القراءة الموجهة- . 6الزيارات الميدانية	4العروض التقديمية- . 5تحليل الحالات الدراسية- . 6المشاريع الجماعية- . 7الأبحاث الفردية المصغرة
3.0	القيم		
3.1	التعرف علي الية تنفيذ برامج وموضوعات التسويق المعاصرة وربطها بالمجتمع باتباع اخلاقيات المهنة والقوانين المنظمة للعمل	المحاضرات والعروض التقديمية	المشاريع الجماعية واسئلة النقاش
3.2			
...			

## ٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الدوري	٥-٤	٢٠%
٢	النشاط و المشاركة	١٠-١	٢٠%
٣	الاختبار النهائي (الفصلي)	١٢	٦٠%
٤			
٥			
٦			
٧			
٨			

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

## هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

الإجراءات أو الترتيبات المعمول بها لضمان تواجد أعضاء هيئة التدريس لتقديم الاستشارات والإرشاد الأكاديمي للطلبة المحتاجين لذلك:  
يتم نشر الساعات المكتبية لأعضاء هيئة التدريس للطلاب وتعليقها على أبواب المكاتب .  
ويستطيع الطلاب التواصل مع أعضاء هيئة التدريس من خلال البريد الإلكتروني الرسمي .

## و - مصادر التعلم والمرافق:

### ١. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	أسامة احمد عبد القادر ، موضوعات معاصرة في التسويق ، ( الرياض : مكتبة جرير ، 2014 -
المراجع المساندة	احمد نزار النوري ، تحليل سلوك المستهلك وفق مدخل التسويق الأخضر، ( جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، ( 2008 ) أياد عبده، التسويق السياسي ، ( دمشق، دار النشر السورية، .) 2006 - نعيم أبو جمعة، التسويق الابتكاري، ( المنظمة العربية للعلوم الإدارية ، 2003 -
المصادر الإلكترونية	مجموعة من المقالات عن مواضيع معاصرة في التسويق من الأنترنت .
أخرى	البرامج التي تعتمد على برامج الكمبيوتر أو الأقراص المدمجة أو المعايير المهنية أو الأنظمة الفنية. العروض التقديمية ، تتضمن إطارا بالمقرر تستخدم كأداة مساعدة في عرض المادة العلمية ( لا يمكن الاعتماد عليها بمفردها كمرجع للمقرر . )

