

جامعة الطائف  
كلية العلوم الإدارية والمالية  
قسم التسويق

توصيف مقررات برنامج التسويق

توصيف مقرر: موضوعات معاصرة في التسويق  
تاريخ التوصيف: ٩/٧/١٤٣٨ هـ

المؤسسة: جامعة الطائف
الكلية: العلوم الإدارية والمالية
القسم: التسويق

أ. التعريف بالمقرر الدراسي ومعلومات عامة عنه:

١. إسم ورمز المقرر الدراسي: موضوعات معاصرة في التسويق تسق ٣-٤١٧																									
٢. عدد الساعات المعتمدة: (٣)																									
٣. البرنامج أو البرامج التي سيتم تدريس هذا المقرر فيه: بكالوريوس التسويق																									
٤. اسم عضو هيئة التدريس المسؤول عن المقرر الدراسي (منسق المقرر): ريم عبد الرحمن الفيصلي																									
٥. السنة أو المستوى الأكاديمي الذي يعطى فيه المقرر الدراسي: إختياري (السابع أو الثامن)																									
٦. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): مبادئ التسويق تسق ٣-٢٠١																									
٧. المتطلبات المصاحبة لهذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد																									
٨. موقع تقديم المقرر (إن لم يكن داخل المبنى الرئيس للجامعة): مقر الجامعة الرئيسي																									
٩. طريقة التدريس (وضع علامة ✓ أمام كل ما ينطبق):																									
<table border="1"> <tr> <td>أ. الفصول الدراسية التقليدية</td> <td>✓</td> <td>النسبة المئوية</td> <td>٨٠</td> <td>%</td> </tr> <tr> <td>ب. النظام المدمج (التقليدية والإلكترونية)</td> <td></td> <td>النسبة المئوية</td> <td></td> <td>%</td> </tr> <tr> <td>ج. التعلم الإلكتروني</td> <td>✓</td> <td>النسبة المئوية</td> <td>٢٠</td> <td>%</td> </tr> <tr> <td>د. نظام الدراسة بالمراسلة</td> <td></td> <td>النسبة المئوية</td> <td></td> <td>%</td> </tr> <tr> <td>هـ. أخرى</td> <td></td> <td>النسبة المئوية</td> <td></td> <td>%</td> </tr> </table>	أ. الفصول الدراسية التقليدية	✓	النسبة المئوية	٨٠	%	ب. النظام المدمج (التقليدية والإلكترونية)		النسبة المئوية		%	ج. التعلم الإلكتروني	✓	النسبة المئوية	٢٠	%	د. نظام الدراسة بالمراسلة		النسبة المئوية		%	هـ. أخرى		النسبة المئوية		%
أ. الفصول الدراسية التقليدية	✓	النسبة المئوية	٨٠	%																					
ب. النظام المدمج (التقليدية والإلكترونية)		النسبة المئوية		%																					
ج. التعلم الإلكتروني	✓	النسبة المئوية	٢٠	%																					
د. نظام الدراسة بالمراسلة		النسبة المئوية		%																					
هـ. أخرى		النسبة المئوية		%																					
التعليق على ما سبق:																									

ب. الأهداف:

<p>١. ما الهدف الرئيسي لدراسة هذا المقرر:</p> <p>1- تزويد وتنمية الرصيد المعرفي للطالب بأحدث ما وصل اليه الفكر التسويقي بالنسبة للموضوعات التسويقية المعاصرة من مبادئ ومفاهيم وأسس فلسفية تطبيقية.</p> <p>2- التعرف على مفاهيم وتطبيقات كل من التسويق الاجتماعي والذهبي والأخضر والداخلي والابتكاري والشبكي والسياسي ونشأة هذه المفاهيم .</p> <p>3- أهمية المفاهيم السابقة في منظمات الأعمال.</p>
---

٢. صف بإيجاز أية خطط يتم تنفيذها في الوقت الراهن من أجل تطوير وتحسين المقرر الدراسي:
- استخدام أساليب التدريس الجديدة، ومراعاة التغيرات والتطورات في محتوى المقرر.
  - واجبات فردية وجماعية: تقديم إضافات علمية ذات علاقة بالمقرر من مواقع الأنترنت.
  - تقديم بحث في احد موضوعات المقرر بالرجوع للمكتبة ومواقع الأنترنت لتنمية التعلم الذاتي للطالب.

### ج. توصيف المقرر الدراسي:

توصيف المقرر:  
يتناول مجموعة من الموضوعات المعاصرة في التسويق، مثل التسويق الاجتماعي والذهبي والأخضر والداخلي والابتكاري والشبكي والتسويق السياسي ونشأة هذه المفاهيم.

### ١. الموضوعات التي ينبغي ان يتناولها المقرر:

قائمة بالموضوعات		عدد الأسابيع	ساعات التدريس
١	التسويق الاجتماعي	2	6
٢	التسويق الذهبي	2	6
٣	التسويق الأخضر	2	6
٤	التسويق الداخلي	2	6
٥	التسويق الابتكاري	2	6
٦	التسويق الشبكي	2	6
٧	التسويق السياسي	2	6
٨	مراجعة عامة	1	3
٩	إجمالي عدد الساعات	15	45

### ٢. مكونات المقرر الدراسي (إجمالي عدد ساعات التدريس المعتمدة لكل فصل دراسي):

عناصر المحتوى	المحاضرة	التطبيقات العملية	المعمل	التدريب الميداني	أخرى	المجموع
عدد الساعات الفعلية	٤٥					٤٥
عدد الساعات المعتمدة	٣					٣

٣. ساعات دراسة إضافية خاصة / ساعات التعلم المتوقع أن يستوفيه الطالب أسبوعياً: ( ٣ )

٤. مخرجات تعلم البرنامج في ضوء الإطار الوطني للمؤهلات وتوافقها مع طرق التقويم واستراتيجيات التدريس.

م	مجالات نواتج التعلم بالإطار الوطني للمؤهلات ومخرجات تعلم المقرر	استراتيجيات التعليم المستخدمة لتطوير تلك المعارف	طرق تقييم المعارف المكتسبة
المعرفة:			
	يتعرف الطالب على المفاهيم الرئيسية المعاصرة للتسويق (موضوع الدراسة)، ويوضح نشأة هذه المفاهيم .	1- المحاضرات. 2- أساليب الصف المقلوب (مشاهد فيديو، مقاطع صوتية، مواقع الكترونية وغيرها. 3- القراءة الموجهة. 4- الزيارات الميدانية	1- الاختبارات. 2- الاختبارات المصغرة وأسئلة النقاش. 3- الواجبات والتكليفات. 4- العروض التقديمية. 5- الأبحاث الفردية المصغرة.
	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.		
	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 .		
المهارات الإدراكية:			
	يقارن بين الأبعاد المختلفة للمناهج التسويقية المعاصرة مثل : التسويق الذهبي، والأخضر. ويحلل الدور الذي تلعبه هذه المناهج في تحقيق إشباع احتياجات العميل.	1- المحاضرات. 2- أساليب الصف المقلوب (مشاهد فيديو، مقاطع صوتية، مواقع الكترونية وغيرها) 3- حلقات النقاش. 4- الحالات الدراسية. 5- القراءة الموجهة. 6- الزيارات الميدانية.	1- الاختبارات. 2- الاختبارات المصغرة وأسئلة النقاش. 3- الواجبات والتكليفات. 4- العروض التقديمية. 5- تحليل الحالات الدراسية. 6- المشاريع الجماعية. 7- الأبحاث الفردية المصغرة.
	ويقارن بين الاختلافات المرتبطة باستراتيجيات المزيج التسويقي ، الذي تقوم عليه مجالات مختلفة من مجالات التسويق: كالتسويق الاجتماعي ، والشبكي ، والسياسي .		
مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية:			
	لا تنطبق		
مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية:			
	لا تنطبق		

تحديد الجدول الزمني لأساليب التقويم التي يتم تقييم الطلبة وفقها خلال الفصل الدراسي:

رقم التقييم	طبيعة التقييم (كتابة مقال، اختبار قصير، مشروع جماعي، اختبار، عرض تقديمي...الخ)	الأسبوع المحدد له	نسبة درجته إلى الدرجة النهائية
١	إختبار نصفي	السابع	٢٠
٢	المشاركة والواجبات والأنشطة الصفية	مستمر	٢٠
٣	الإختبار النهائي	نهاية الفصل	٦٠

#### د. الدعم والإرشاد الأكاديمي المُقدم للطلبة:

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.

#### هـ. مصادر التعلم:

١. الكتاب / الكتب المقررة المطلوبة: - أسامة احمد عبد القادر ، موضوعات معاصرة في التسويق ، (الرياض : مكتبة جرير ، 2014).
٢. المراجع الأساسية (الدوريات والمجلات العلمية، التقارير،...الخ): - احمد نزار النوري ، تحليل سلوك المستهلك وفق مدخل التسويق الأخضر، (جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، 2008)
٣. الكتب والمراجع التي يوصى بها (الدوريات والمجلات العلمية، التقارير،...الخ) (أرفق قائمة بها) - أياد عبيد، التسويق السياسي ، (دمشق، دار النشر السورية، 2006). - نعيم أبو جمعة، التسويق الابتكاري، (المنظمة العربية للعلوم الإدارية ، 2003).
٤. المراجع الإلكترونية، مواقع الإنترنت...الخ: مجموعة من المقالات عن مواضيع معاصرة في التسويق من الإنترنت.
٥. مواد تعليمية أخرى مثل البرامج التي تعتمد على برامج الكمبيوتر أو الأقراص المدمجة أو المعايير المهنية أو الأنظمة الفنية. شرائح باور بوينت ، تتضمن إطارا بالمقرر تستخدم كأداة مساعدة في عرض المادة العلمية (لا يمكن الاعتماد عليها بمفردها كمرجع للمقرر) .

#### و. المرافق المطلوبة:

بيّن متطلبات المقرر الدراسي بما في ذلك حجم فصول الدراسة والمختبرات: ١. المباني (المرافق التعليمية) (قاعات المحاضرات، المختبرات،...الخ): قاعات المحاضرات. أجهزة الكمبيوتر و الانترنت.
٢. أجهزة الكمبيوتر (أجهزة العرض السبورة الذكية، البرامج التعليمية،...الخ): شاشات عرض نظام ادارة التعلم
٣. مصادر أخرى:

#### ز. تقييم المقرر الدراسي وعمليات تطويره:

١. استراتيجيات الحصول على التغذية الراجعة من الطلاب بخصوص فعالية التدريس:
---

<ul style="list-style-type: none"><li>● استمارة تقييم مقرر من قبل الطلاب</li><li>● ملاحظات الطلاب علي المقرر</li><li>● التقييم الذاتي من خلال تلقي و استيعاب الطلاب</li></ul>
٢ . استراتيجيات أخرى لتقييم عملية التدريس من قبل رئيس البرنامج أو القسم : <ul style="list-style-type: none"><li>● الملاحظات من الزملاء</li><li>● تقييم ذاتي</li></ul>
٣ . عمليات تطوير التدريس: <ul style="list-style-type: none"><li>● متابعة الجديد في المقرر</li><li>● متابعة تدريس المقرر في جامعات اخري</li></ul>
٤ . عمليات التحقق من مستويات إنجاز الطلبة : <ul style="list-style-type: none"><li>● مراجعة تصحيح عينة من اوراق اختبار الطلاب بواسطة عضو هيئة تدريس اخر</li><li>● مقارنة انجاز الطلاب في شعب مختلفة</li><li>● اعداد ملف المادة متضمنا اوراق اختبارات مختلفة لطلاب و تكاليفهم</li></ul>
٥ . صف إجراءات التخطيط المُعدة للمراجعة الدورية لفعالية المقرر الدراسي والتخطيط لتطويرها: <ul style="list-style-type: none"><li>● مراجعة توصيف المقرر بصورة دورية ليواكب التطورات في المقرر</li><li>● -محاولة ادخال طرق تدريس جديدة تتضمن دراسة حالة لضمان التطبيق العملي</li></ul>

اسم مدرس المقرر الدراسي: ريم عبد الرحمن الفيصلي

التوقيع: \_\_\_\_\_ تاريخ اتمام التوصيف : ٩/٧/١٤٣٨ هـ

رُوجع بواسطة: \_\_\_\_\_ العميد / رئيس البرنامج

التوقيع: \_\_\_\_\_ التاريخ: ٩/٧/١٤٣٨ هـ