

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	التسويق الدولي
رمز المقرر:	٦٠٢٣١٤-٣
البرنامج:	التسويق
القسم العلمي:	التسويق
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الطائف

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ٣
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ٤
١. الوصف العام للمقرر: ٤
٢. الهدف الرئيس للمقرر ٤
٣. مخرجات التعلم للمقرر: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٤
- د. التدريس والتقييم: ٥
١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ٥
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
ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر : السنة الرابعة المستوى السابع
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مبادئ التسويق ٣-٢٠٢٠١-٦٠
٥. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٣	١٠٠%
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

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

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
١	محاضرات	٤٥
٢	معمل أو إستوديو	—
٣	دروس إضافية	—
٤	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	٤٥
ساعات التعلم الأخرى*		
١	ساعات الاستذكار	٤٥
٢	الواجبات	١٥
٣	المكتبة	١٠
٤	إعداد البحوث/ المشاريع	١٠
٥	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	١٢٥
	(إجمالي الساعات الفعلية ٢٥ ساعة تعلم)	

* هي مقدار الوقت المستثمر 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:

<p>١. الوصف العام للمقرر: يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق الدولي وأهميته والنظريات المفسرة لظاهرة التسويق الدولي وتقييم بيئة الأسواق الدولية. كما يدرس بحوث التسويق الدولي واستراتيجيات تقييم واختيار الأسواق الدولية وعناصر المزيج التسويقي الدولي</p>
<p>٢. الهدف الرئيس للمقرر تعريف الطالب بمفاهيم ونظريات التسويق الدولي و تطوره و استراتيجيات الدخول للأسواق الدولية و تهيئة الطلاب بشكل عام للعمل في مجال التسويق الدولي</p>

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعارف
١ع	1.1 يتعرف الطالب على مفاهيم و نظريات التسويق الدولي الأساسية
	1.2
	1.3
	1...
	2 المهارات
١م	2.1 أن يحدد الطالب الاعتبارات الاستراتيجية المؤثرة في تصميم المزيج التسويقي الدولي
٢م	2.2
	2.3
	2...
	3 الكفاءات
١ك	3.1 ان يكون الطالب قادراً علي التعامل مع البائعين في الأسواق الدولية
٢ك	3.2 ان يكون الطالب قادراً على التواصل مع العملاء في الأسواق الدولية
	3.3
	3...

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	مفهوم التسويق الدولي	٦
٢	الاهمية القومية للتسويق الدولي	٣
٣	النظريات المفسرة لظاهرة التسويق الدولي	٣
٤	تقييم بيئة التسويق الدولي	٣
٥	بحوث التسويق الدولي	٣
٦	استراتيجيات تقييم و اختيار الاسواق الدولية	٣
٧	عناصر مزيج التسويق الدولي – المنتجات الدولية	٦
٨	عناصر مزيج التسويق الدولي – التسعير الدولي	٦
٩	عناصر مزيج التسويق الدولي – الترويج الدولي	٣
١٠	عناصر مزيج التسويق الدولي – التوزيع الدولي	٣
١١	اجراءات التبادل في التسويق الدولي	٦
	المجموع	٤٥

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعارف		
1.1	يتعرف الطالب على مفاهيم و نظريات التسويق الدولي الاساسية	المحاضرات	الاختبارات
1.2			
...			
2.0	المهارات		
2.1	أن يحدد الطالب الاعتبارات الاستراتيجية المؤثرة في تصميم المزيج التسويقي الدولي	- عصف ذهني - لعب أدوار - مناقشات	- تقديم عروض - أوراق عمل - إعداد تقارير
2.2			
...			
3.0	الكفاءات		
3.1	ان يكون الطالب قادرا علي التعامل مع البائعين في الاسواق الدولية	- عصف ذهني - لعب أدوار - مناقشات	- تقديم عروض - أوراق عمل - إعداد تقارير
3.2	ان يكون الطالب قادرا على التواصل مع العملاء في الأسواق الدولية	- عصف ذهني - لعب أدوار - مناقشات	- تقديم عروض - أوراق عمل - إعداد تقارير
...			

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الدوري	٨	٢٠%
٢	النشاط و المشاركة	١٥ - ١	٢٠%
٣	الاختبار النهائي (الفصلي)	١٦	٦٠%
٤			
٥			
٦			
٧			
٨			

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- المتابعة الأكاديمية
- الإرشاد الطلابي
- الإرشاد النفسي و الاجتماعي
- التعاون مع وحدة الإرشاد الطلابي بالقسم و الكلية

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

حبيب الله محمد التركستاني، التسويق الدولي، الطبعة الرابعة، جدة: دار إعلام للنشر والتوزيع، ١٤٣٥.	المرجع الرئيس للمقرر
---	----------------------

المراجع المساندة	- ابي سعيد الديوه جي، تيسير العجارية، التسويق الدولي، (عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠ م) بديع جميل قذو، التسويق الدولي (عمان : دار المسيرة للنشر و التوزيع ، ٢٠٠٩ م) - هانئ حامد الضمور، التسويق الدولي ، (عمان : دار وائل ، ٢٠٠٧ م)
المصادر الإلكترونية	www.uobabylon.edu.iq/eprints/pubdoc_11_25988_5012.docx
أخرى	المكتبة الرقمية السعودية

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية مناسبة للطلاب
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	- كمبيوتر - سبورة ذكية - انترنت - بروجكتر
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

ز. تقييم جودة المقرر:

مجالات التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	- أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	- الطلبة - قيادات البرنامج - المراجع النظيرة	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	- أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج - المجلس الاستشاري	- استطلاعات الرأي - التقارير
مصادر التعلم	- الطلبة - أعضاء هيئة التدريس	استطلاعات الرأي
الخدمات	- الطلبة - أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي

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	مجلس قسم التسويق
رقم الجلسة	٨
تاريخ الجلسة	١٤٤٠/٧/٦ هـ