

المنهجية الدراسية للمقرر

معلومات المقرر	القسم : إدارة الأعمال
	البرنامج: بكالوريوس إدارة الأعمال
	رمز المقرر الدراسي : ١٢٠ تسق
	اسم المقرر الدراسي: مبادئ التسويق
	الساعات المعتمدة: ٣
	المتطلبات السابقة للمقرر: ١١١ دار+ ١٢٠ قصد

الوصف المختصر
يتناول هذا المقرر المعارف الأساسية للتسويق الحديث وأهميته للمنظمات المعاصرة ويشرح خطوات العملية التسويقية وأهدافها. و يسعى هذا المقرر الى ابراز المواضيع الرئيسية في التسويق الحديث بجانبها النظري والتطبيقي مثل مكونات العملية التسويقية، تحليل البيئة التسويقية، سلوك المستهلك و تقسيم و استهداف السوق و المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع و الترويج) و القرارات و المشاكل المتعلقة به.

أهداف المقرر	<p>بعد الانتهاء من دراسة المقرر سيكون الطالب قادرا على:</p> <ol style="list-style-type: none"> ١. يميز بين المصطلحات الأساسية والمفاهيم المرتبطة بالتسويق ٢. يشرح العناصر الرئيسية في البيئة المحيطة بعملية التسويق ٣. يوضح الية قرار الشراء وسلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه ٤. يتعرف على كيفية استخدام البحوث التسويقية لتحقيق اهداف الشركات ٥. يناقش الفروق بين استهداف السوق والتجزئة وتحديد المواقع ٦. يلخص عناصر المزيج التسويقي وكيفية ادارته ٧. يتعرف على القضايا الحالية والناشئة في مجال التسويق مثل التسويق المباشر والتجارة الالكترونية والعمولة
--------------	--

موضوعات المقرر	<ul style="list-style-type: none"> - مقدمة في التسويق. - المدخل إلى علم التسويق. - البيئة التسويقية. - سلوك المستهلك. - بحوث التسويق. - تجزئة الاسواق. - المزيج التسويقي: المنتج. - المزيج التسويقي: التسعير. - المزيج التسويقي: الترويج. - المزيج التسويقي: التوزيع - التسويق الالكتروني.
----------------	---

خنفر، الزامل، و الغرابيات (٢٠١٨) مبادئ التسويق. الطبعة الثانية، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع.

المراجع العلمية الإضافية:	<p>– الوقيان، عادل، (٢٠٠٢). اساسيات التسويق الحديث. الطبعة الأولى، جامعة الكويت، شركة كتاب، الكويت.</p> <p>– عبد الحميد طلعت (٢٠١٥). التسويق الفعال، كيف تواجه تحديات القرن ٢١. الطبعة الواحدة والعشرون ، الجيزة: تنوير للترجمة والنشر والتوزيع.</p> <p>– Principles of Marketing, Lamb, Hair, and McDaniel, MKTG12, Cengage 2019.</p>
مصادر في الإنترنت	
<p>– http://smallbusiness.chron.com/introduction-principles-marketing-70888.html</p>	

المعرفة (١٤)		الهدف:	أدوات القياس و التقييم
الأسبوع (الفترة الزمنية)	الدرجة	أدوات التقييم	
الاسبوع الخامس	٢٥	اختبار فصلي (١)	
الأسبوع الثامن	٢٥	اختبار فصلي (١)	
طوال الفصل	١٠	اختبارات لحظية	
كما يتم تحديده	٤٠	اختبار نهائي	
	١٠٠	المجموع	

الاسبوع	الساعات	الموضوعات	التوزيع الرقمي
1	4.5	مقدمة في التسويق.	
2	4.5	المدخل إلى علم التسويق.	
3	4.5	البيئة التسويقية.	
4	4.5	سلوك المستهلك.	
5	4.5	بحوث التسويق.	
6	4.5	تجزئة الاسواق.	
7	4.5	المزيج التسويقي: المنتج.	
8	4.5	المزيج التسويقي: التسعير.	
9	4.5	المزيج التسويقي: الترويج.	
10	4.5	المزيج التسويقي: التوزيع؛ التسويق الالكتروني.	
معلومات اضافية: (تحدث كل فصل دراسي وتعباً من قبل مدرس المقرر)			
أستاذ المقرر: د. مرتضى الإمام			
رقم المكتب: غير محدد			
الهاتف الداخلي: ١٤٣١٨			
البريد الإلكتروني: m.elimam@qu.edu.sa			
الساعات المكتبية: . . . الثلاثاء من ٩:٢٥ ص إلى ١١:٢٥ ص من كل أسبوع . . .			

التاريخ: ١٤٤٤/٦/١١ هـ

اعتماد رئيس القسم: د. عبدالعزيز الفالح

الختم: