

المنهجية الدراسية للمقرر

القسم : إدارة الأعمال	معلومات المقرر
البرنامج: بكالوريوس إدارة الاعمال	
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 الاساسية للتسويق الحديث واهميته للمنظمات المعاصرة ويشرح خطوات العملية التسويقية واهدافها. 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.

بعد الانتهاء من دراسة المقرر سيكون الطالب قادرا على:	أهداف المقرر
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	
٨. يعد تقريرا كتابيا يناقش احد المواضيع ذات العلاقة بالتسويق.	

- 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.

موضوعات المقرر

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

- الوقيان، عادل، (٢٠٠٢). اساسيات التسويق الحديث. الطبعة الأولى، جامعة الكويت، شركة كتاب، الكويت.
- عبد الحميد طلعت (٢٠١٥). التسويق الفعال، كيف تواجه تحديات القرن ٢١. الطبعة الواحدة والعشرون ، الجيزة: تنوير للترجمة والنشر والتوزيع.
- Principles of Marketing, Lamb, Hair, and McDaniel, MKTG12, Cengage 2019.

المراجع العلمية الإضافية:

مصادر في الإنترنت

<http://smallbusiness.chron.com/introduction-principles-marketing-70888.html> -

المعرفة (١٤)		الهدف:	أدوات القياس و التقييم
الأسبوع (الفترة الزمنية)	الدرجة	أدوات التقييم	
الأسبوع الثامن	٢٥	اختبار فصلي (١)	
الأسبوع الثاني عشر	٢٥	اختبار فصلي (١)	
فترة الاختبارات النهائية	٥٠	اختبار نهائي	
	١٠٠	المجموع	

الموضوعات	الساعات	الاسبوع	التوزيع الزمني
مقدمة في التسويق.	3	1	
المدخل إلى علم التسويق.	3	2	
البيئة التسويقية.	3	3	
سلوك المستهلك	3	4	

سلوك المستهلك	3	5
بحوث التسويق.	3	6
تجزئة السوق	3	7
تجزئة السوق / الاختبار الفصلي الأول	3	8
المزيج التسويقي: المنتج	3	9
المزيج التسويقي: المنتج	3	10
المزيج التسويقي: التسعير	3	11
المزيج التسويقي: الترويج /الاختبار الفصلي الثاني	3	12
المزيج التسويقي: التوزيع	3	13
التسويق الإلكتروني	3	14
مراجعة	3	15

معلومات اضافية: (تحدث كل فصل دراسي وتعبأ من قبل مدرس المقرر)
أستاذ المقرر: .
رقم المكتب: غير محدد
الهاتف الداخلي: .
البريد الإلكتروني: .
الساعات المكتبية:

التاريخ:

اعتماد رئيس القسم: د. عبدالعزيز الفالح

الختم: