



اعتماد
NCAAA
T15

توصيف المقرر الدراسي (مرحلة الدراسات العليا)

اسم المقرر:	إدارة العمليات المتقدمة
رمز المقرر:	7109-دار
البرنامج:	الدكتوراه في إدارة الأعمال
القسم العلمي:	ادارة الاعمال
المؤسسة:	جامعة الملك خالد
تاريخ اعتماد التوصيف:	

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 3
1. الوصف العام للمقرر: 3
2. الهدف الرئيس للمقرر 3
3. مخرجات التعلم للمقرر: 4
- ج. موضوعات المقرر 4
- د. التدريس والتقييم: 5
1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 5
2. أنشطة تقييم الطلبة 6
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 6
- و - مصادر التعلم والمرافق: 6
1. قائمة مصادر التعلم: 6
2. المرافق والتجهيزات التعليمية والبحثية المطلوبة: 7
- ز. تقييم جودة المقرر: 7
- ح. اعتماد التوصيف 7



أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3 ساعات أسبوعياً
2. نوع المقرر: ☐ إجباري ☒ اختياري
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر السنة الأولى المستوى الثالث
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد
5. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	45	100
2	التعليم المدمج	0	0
3	التعليم الإلكتروني	0	0
4	التعليم عن بعد	0	0
5	أخرى	0	0

7. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
1	محاضرات	45
2	معمل أو استوديو	0
3	حلقات بحث	45
4	أخرى (تذكر ، مشاريع ، دراسة حالة ، عروض تقديمية ، بحث مكتبي)	45
الإجمالي		135

ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر: يتناول المقرر أهم الموضوعات المتعلقة بالتسويق منها : التسويق: أسس و مفاهيم – التخطيط الإستراتيجي في التسويق – خطوات التخطيط الإستراتيجي في التسويق – إدارة المعلومات السوقية – سلوك المستهلك – التجزئة السوقية – إدارة المنتجات – إدارة التسعير – إدارة قنوات التوزيع – الترويج التجاري – الرقابة التسويقية يشفع كل محور بدراسة و تحليل مقال علمي في مجال التسويق
2. الهدف الرئيس للمقرر: يوضح هذا المقرر الدور الإستراتيجي المهم للتسويق داخل المنظمات و يبين المفاهيم الأساسية والاطر الفكرية والوظائف الرئيسية للتسويق. يمكن ايجاز الأهداف فيما يلي: - تعريف الطالب بالمفاهيم الحديثة للتسويق - تعريف الطالب بالدور الاستراتيجي للتسويق لتحقيق أهداف المنظمات - تعريف الطالب بإدارة عمليات ومشكلات التسويق المختلفة للوصول لحلول علمية منطقية و تحقيق أهداف المنظمات - تعريف الطالب بأهم التقنيات و الآليات الحديثة في تحليل الأسواق و وضع الخطط التسويقية - تقديم نماذج عملية لكافة الجوانب النظرية للتسويق - تعريف الطالب بأخر المستجدات على مستوى البحث العلمي في التسويق

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
5ع	1.1 أن يذكر الطالب أهم النظريات والمفاهيم المرتبطة بالتسويق
5ع	1.2 أن يكون للطالب معرفة بالبيئة التسويقية الحديثة وبحوث التسويق والسلوك الشرائي للمستهلك و مؤسسات الأعمال
5ع	1.3 أن يذكر الطالب أهم الاتجاهات الحديثة في مجال البحث العلمي في التسويق (المفاهيم المعاصرة ومناهج البحث العلمي)
	2 المهارات
2م	2.1 أن يشرح الطالب التطور الفكري والاتجاهات المستقبلية في التسويق
5م	2.2 أن يطبق الوسائل والآليات الضرورية لوضع لإستراتيجيات التسويقية و حل المشكلات التسويقية
5م	2.3 أن يكون قادرا على استخدام الحاسب الآلي بصفة عادية.
	3 القيم
1ق	3.1 أن يكون الطالب قادرا على المشاركة الفاعلة والتعبير عن الذات وإبداء الرأي أمام المجموعة.
3ق	3.2 أن يكون قادرا على العمل بشكل فردي وجماعي.
5ق	3.3 أن يتواصل الطالب بفعالية شفهيًا وكتابيًا، وأن يختار ويستخدم أشكال العرض المناسبة لتقديم الحلول و المقترحات للمشكلات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	الفصل الأول: المفهوم العلمي للتسويق و أهميته في العصر الحديث ماهية التسويق المنافع التي يخلقها التسويق أهداف التسويق مراحل تطور مفهوم التسويق دراسة مقال علمي	15
2	الفصل الثاني: التخطيط الإستراتيجي للنشاط التسويقي تعريف التخطيط الاستراتيجي تحليل البيئة البيئة التنافسية عملية التخطيط الاستراتيجي و مراحلها تمرين تطبيقي: مصفوفة بوستن دراسة مقال علمي	15
3	الفصل الثالث: السلوك الشرائي للعملاء أنواع العملاء عملية اتخاذ قرار الشراء المواقف الشرائية تحليل سلوك المستهلك النهائي سلوك المشتري الصناعي مرحلة ما بعد الشراء – الرضا و الولاء دراسة مقال علمي	15
4	الفصل الرابع: نظم المعلومات التسويقية و بحوث التسويق نظم المعلومات التسويقية بحوث التسويق دراسة مقال علمي	15
5	الفصل الخامس: تقسيم السوق إلى قطاعات سوقية تقسيم السوق و مزاياه استراتيجيات تغطية السوق	12

	دراسة مقال علمي	
15	الفصل السادس: إدارة المنتجات : السلع و الخدمات تعريف المنتج تسويق الخدمات تصنيف المنتجات القرارات الخاصة بالعلامات التجارية دورة حياة المنتجات استراتيجيات المنتجات الجديدة	6
15	دراسة مقال علمي الفصل السابع: إدارة السعر و عملية التسعير تعريف و طبيعة السعر أهداف التسعير العوامل المؤثرة على عملية التسعير طرق تحديد الأسعار سياسات التسعير	7
9	دراسة مقال علمي الفصل الثامن: إدارة المزيج الترويجي اهداف الترويج نظرية الاتصالات رسم الاستراتيجية الترويجية عناصر المزيج الترويجي	8
12	دراسة مقال علمي الفصل التاسع: ادارة منافذ التوزيع تعريف منافذ التوزيع استراتيجيات تغطية السوق إدارة المخزون (حالة تطبيقية)	9
12	دراسة مقال علمي الفصل العاشر: إدارة بحوث التسويق إدارة بحوث التسويق مفهوم البحوث التسويقية البحوث التسويقية والبحوث الكمية قراءة وتحليل المعلومات التسويقية	10
135	المجموع	

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم		
1.1	أن يذكر الطالب أهم النظريات والمفاهيم المرتبطة بالتسويق	المحاضرات الدراسية، المناقشات العلمية	الاختبارات والواجبات
1.2	أن يكون للطالب معرفة بالبيئة التسويقية الحديثة وبحوث التسويق والسلوك الشرائي للمستهلك و مؤسسات الأعمال	الأنشطة، والتكليفات الجماعية والفردية	التقييم المباشر للأنشطة والتكليفات.
1.3	أن يذكر الطالب أهم الاتجاهات الحديثة في مجال البحث العلمي في التسويق (المفاهيم المعاصرة ومناهج البحث العلمي)	المحاضرات الدراسية، المناقشات العلمية	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات		
2.1	أن يشرح الطالب التطور الفكري والاتجاهات المستقبلية في التسويق	المحاضرات الدراسية	عرض تقديمي
2.2	أن يطبق الوسائل والأليات الضرورية لوضع إستراتيجيات التسويقية و حل المشكلات التسويقية	دراسة حالات	مشروع بحث

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.3	أن يكون قادراً على استخدام الحاسب الآلي بصفة عادية.	مناقشات جماعية	دراسة حالة
3.0	القيم		
3.1	أن يكون الطالب قادراً على المشاركة الفاعلة والتعبير عن الذات وإبداء الرأي أمام المجموعة.	المناقشات الجماعية	مشروع بحث
3.2	أن يكون قادراً على العمل بشكل فردي وجماعي.	المشاركات الجماعية وفرق العمل بالقاعة الدراسية	تقييم التكاليف الجماعية والفردية بالمقرر
	أن يتواصل الطالب بفعالية شفهيًا وكتابيًا، وأن يختار ويستخدم أشكال العرض المناسبة لتقديم الحلول و المقترحات للمشكلات		

2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	مناقشة جماعية	الاسبوع الاول	5
2	دراسة حالة	الاسبوع الثالث	5
3	مشروع بحث	الاسبوع الخامس	10
4	عرض تقديمي	الاسبوع السادس	5
5	مقالة علمية	الاسبوع الثامن	5
6	اختبار تحريري فصلي	الخامس	30
7	اختبار تحريري نهائي	الثاني عشر	40

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- تخصص عضو هيئة التدريس كمرشك أكاديمي لمجموعة محددة من الطلاب يتولى عملية تقديم خدمات الدعم والإرشاد الأكاديمي لهم بشكل مباشر ومستمر
- تخصيص عضو هيئة التدريس لساعات مكتبية محددة لاستقبال الطلاب وتقديم خدمات الدعم الطلابي
- تقييم مدي جودة الإرشاد الأكاديمي من خلال التغذية الراجعة من الطلاب ودراسة حالات التعثر ومعالجتها
- إتاحة قنوات اتصال فعالة بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس "الايميل ، البلاك بورد ، الساعات المكتبية)

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

أساسيات ادارة التسويق الحديث احمد ابراهيم غنيم خوارزم العلمية – الطبعة الثانية - 2017	المراجع الرئيسية للمقرر
إدارة التسويق الحديث مدخل معاصر د.علي فلاح الزعبي دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة – 2016 Marketing: Concepts and Strategies Dibb, S. & Simkin, L. 5th Edition. Abingdon, UK: Houghton Mifflin Marketing Management Kotler, P. & Keller, K Prentice Hall, 14th Edition, 2012 مقالات علمية حول موضوع المقرر (باللغتين العربية و الانجليزية)	المراجع المساندة

المصادر الإلكترونية	دراسة حالات: مواقع الانترنت و التطبيقات
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات التعليمية والبحثية المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	فصل دراسي بسعة (25) طالباً مجهز بوسائل عرض حديثة.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	معمل حاسب آلي

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
فعالية التدريس	الطلاب وحدة القياس والتقويم	-استبانات تقييم الطلاب لجودة المقرر .
فعالية طرق التقويم	الطلاب منسق المقرر	استبانات للطلاب المراجع النظير منسق المقرر
مدى تحصيل مخرجات تعلم المقرر	أعضاء هيئة التدريس وحدة القياس والتقويم جهات التوظيف	مصفوفة قياس خرجات التعلم تحليل نتائج الطلاب في جميع طرق التقويم استبانات جهات التوظيف
ادارة المقرر	الطلاب	استبانات الطلاب لتقييم جودة المقرر
مصادر التعلم	الطلاب اعضاء هيئة التدريس	استبانات للطلاب استبانات اعضاء هيئة التدريس

مجالات التقويم (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 التقويم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	