bism1

|  |
| --- |
|  |

**501 تسق – التسـويـق (3 ساعات)**

**الفصل الأول لعام 1434/1435 هـ**

**أستاذ المقرر: د. محمد بن عبدالرحمن المطيري**

**بريد الكتروني :** [**mohalmotairi@ksu.edu.sa**](mailto:mohalmotairi@ksu.edu.sa)

**الموقع:** <http://fac.ksu.edu.sa/mohalmotairi/home>

هاتف: 4674023

|  |
| --- |
|  |

BD15155_

**وصف المقرر:**

يركز هذا المقرر على الجوانب الإدارية من وظيفة التسويق في المنظمات، حيث يهتم بالمعايير الكيفية والكمية المستخدمة في تقييم البدائل التسويقية والاختيار من بينها واتخاذ القرارات الإدارية المناسبة في ظل بيئة عالمية تتصف بالتغير المستمر وعدم الاستقرار وتتأثر بالظروف الاجتماعية والاقتصادية والتنافسية التي تزداد حده مع مرور الزمن. يشتمل المقرر على موضوعات ترتبط بعملية اتخاذ القرار التسويقي مثل بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية، وتحليل التكاليف والطلب والمنافسة، وسلوك المستهلك النهائي والمشتري التنظيمي، وإدارة وتطوير المنتجات، والاتصالات التسويقية، والتسعير، وقنوات التوزيع من خلال تطبيقات على حالات عملية وقراءات متنوعة.

**أهداف المقرر:**

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمهارات والمعارف التسويقية اللازمة لتطوير قدراته وتمكينه من تحديد وتقييم المواقف التي تتطلب اتخاذ القرارات التسويقية الهامة. لذا يسعى المقرر إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تفهم الطالب للدور الهام الذي يلعبه النشاط التسويقي في التنظيمات المعاصرة وأهميته للمجتمع ككل.
2. التعرف على عملية التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية وإدارة التسويق.
3. كيفية استخدام الأدوات والطرق التسويقية في تحليل الفرص السوقية، ويشمل ذلك ما يلي:
   1. استخدام نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق بطريقة فعالة وبصورة تساعد في اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.
   2. تحديد وتحليل القوى والعوامل البيئية داخل المنشأة وخارجها بصورة منتظمة.
   3. تحليل أسواق المستهلكين والأسواق التنظيمية وسلوك المشترين في كل منهما.
   4. تحليل المنافسة.
4. التعرف على طرق البحث المستخدمة في تجزئة السوق واستهداف بعض قطاعاتها.
5. كيفية تصميم استراتيجيات وبرامج وسياسات التسويق..
6. تنظيم وتنفيذ والرقابة على الأنشطة التسويقية.
7. تطوير قدرات التحليل واتخاذ القرارات لدى الطالب.
8. تنمية مهارات العمل ضمن فريق لدى الطالب.

**الهيكل العام للمقرر**

يحتوي هذا المقرر على أنشطة متعددة، ولتحقيق أهداف هذا المقرر سوف تكون وسائل التعلم كالتالي:

1. فصول من الكتب المقررة.
2. أنشطة وتدريبات.
3. تطبيق النظريات والمبادئ في الواقع العملي.
4. حالات دراسية.
5. مقالات مختارة من دوريات علمية مشهورة.
6. المناقشة والحضور الفعال في المحاضرة.

**الواجبـات**

1. **الحالات الدراسية:**

* الواجبات الخاصة بالحالات هي واجبات جماعية يتم إعدادها من خلال فرق أو مجموعات يتكون كل منها من 3 طلاب بعد موافقة أستاذ المادة على المجموعة.
* يجب تسليم تقارير الحالات لأستاذ المقرر عبر البريد الالكترونيقبل بداية المحاضرة التالية.
* يجب أن يكون لدى كل عضو من أعضاء كل فريق صورة من التقرير الذي يسلم لأستاذ المادة.
* يجب أن تشتمل الصفحة الأولى للتقرير (cover page) على البيانات الآتية:
  + اسم برنامج الماجستير.
  + اسم المقرر ورمزه ورقمه.
  + أسماء أعضاء الفريق وأرقامهم الجامعية.
  + عنوان الحالة.
  + تاريخ التسليم.

**ب. المقالات العلمية:**

* الواجبات الخاصة بتحليل المقالات العلمية هي واجبات جماعية يتم إعدادها من خلال فرق أو مجموعات يتكون كل منها من 3 طلاب بعد موافقة أستاذ المادة على المجموعة.
* يجب إرسال تقارير المقالات العلمية لأستاذ المقرر عبر البريد الالكترونيقبل بداية المحاضرة التالية.
* يجب أن تشتمل الصفحة الأولى للتقرير (cover page) على البيانات الآتية:
  1. اسم برنامج الماجستير.
  2. اسم المقرر ورمزه ورقمه.
  3. اسم الطالب ورقمه الجامعي.
  4. عنوان المقالة العلمية.
  5. تاريخ التسليم.
* أقرأ كل مقالة علمية ثم أجب عن الأسئلة الآتية:
  1. ما هي الفكرة الأساسية للمقالة؟
     + اذكر الفكرة الأساسية.
     + اذكر الغرض من المقالة.
     + اذكر وجهة نظر المؤلف (المؤلفين).
  2. ما هي الأسانيد والبراهين التي استخدمت في المقالة لتأييد الفكرة الأساسية فيها؟
     + تحدث عن 3-4 نقاط جاءت في المقالة تؤيدها المراجع أو الحقائق أو الاستشهاد بآراء الخبراء، الخ.
  3. ما هو رأيك في طريقة العرض التي استخدمها المؤلف (المؤلفون)؟
     + التناسق المنطقي للمقالة.
     + محددات المقالة أو الافتراضات.
     + مدى اكتمال المقالة. هل ينقصها شيء؟
  4. ما هي الدروس التي يمكن الاستفادة منها من خلال هذه المقالة لتحسين الاستراتيجية التسويقية؟
     + الفائدة الإدارية للأفكار التي تضمنتها المقالة.
     + مدى مساهمة المقالة في فهمك للمفهوم/النظرية/الفكرة التي دارت حولها المقالة.

|  |
| --- |
| **الكتب المقررة:**   1. التسويق الفعال :كيف تواجه القرن 21, د.طلعت اسعد عبد الحميد, مكتبة الشقري, 2010.   **الكتب المساعدة:**   1. التسويق. مايكل إيتزل، بروس ووكر، ويليام ستانتون. مكتبة لبنان ناشرون، بيروت.(مترجم) 2. Philip Kotler and Kevin Lane Keller, Marketing Management, 13th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc, 2009. |

**التقييم:**

1. الحالات الدراسية 15%
2. المقالات العلمية 15%
3. المشاركة و الحضور 10%
4. الاختبار الفصلي 20%
5. الاختبار النهائي 40%