

نموذج (هـ)



المملكة العربية السعودية  
جامعة الملك سعود  
وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية  
إدارة الخطط والبرامج الدراسية

خطة المقرر  
Module Syllabus

Course title: Principles of Marketing	اسم المقرر: مبادئ التسويق
Course number and code: MARR 1212	رقم المقرر ورمزه: ١٢١٢ كسر
Prerequisite: None	المتطلب السابق للمقرر: لا يوجد
Medium of Instruction: Arabic	لغة تدريس المقرر: العربية
Course Level: 2	مستوى المقرر: الثاني
Credit Hours : 3	الساعات المعتمدة: ٣

Module Description

وصف المقرر :

This course deals with the basic marketing concepts and elements of the marketing mix. It also clarifies the impact of various environmental factors on marketing activities, as well as studying of target markets and consumer behavior, in addition to introducing the strategies of product planning and development, pricing, distribution and promotion.	يتناول هذا المقرر المفاهيم التسويقية الأساسية وعناصر المزيج التسويقي. كما يتطرق إلى توضيح أثر العوامل البيئية المختلفة على النشاطات التسويقية وكذلك دراسة الأسواق المستهدفة وسلوك المستهلكين فيها، بالإضافة إلى التعريف باستراتيجيات تخطيط وتطوير المنتجات وتسعيرها وتوزيعها وترويجها.
--	--

Module Aims

أهداف المقرر :

- To provide students with the basic concepts of marketing - Clarify the importance and benefits of marketing - To illustrate the effect of the environment in marketing activities - Definition of the elements of the marketing mix - Definition of consumer behavior and purchase decision.	- تزويد الطلاب بالمفاهيم الأساسية للتسويق - توضيح أهمية وفوائد التسويق - توضيح تأثير البيئة في الأنشطة التسويقية - التعريف بعناصر المزيج التسويقي - التعريف بالسلوك الاستهلاكي والقرار الشرائي
--	--

  


**Student Learning Outcomes:**

الأهداف التعليمية للمقرر:

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذه المقرر أن يكون قادراً على:

Upon satisfactory completion of this course, the student will be able to

1-Define, explain, and describe key basic terms and concepts associated with the study and practice of marketing.	١. تعريف وشرح ووصف المصطلحات والمفاهيم الأساسية المرتبطة بدراسة وممارسة التسويق.
2-Demonstrate relevant knowledge of the 4Ps of marketing, the external environment, and the factors that affect marketing performance.	٢. إظهار المعرفة ذات الصلة بـ 4P في التسويق، والبيئة الخارجية، والعوامل التي تؤثر على أداء التسويق.
3-Understand the distinctions between market targeting, segmentation, and positioning.	٣. فهم القوارق بين استهداف السوق، والتجزئة، وتحديد المواقع.
4-Understand current and emerging issues in marketing i.e. direct marketing, e-commerce, and globalization.	٤. فهم القضايا الحالية والناشئة في مجال التسويق، مثل التسويق المباشر، والتجارة الإلكترونية، والعولمة.
5-Apply the marketing concepts, theories, tools and models to hypothetical cases.	٥. تطبيق مفاهيم التسويق والنظريات والأنواع والنماذج لحالات افتراضية.
6-Critically analyze marketing issues and develop practical solutions to problems.	٦. تحليل القضايا التسويقية بشكل ناقد وتطوير الحلول العملية للمشاكل.
7-Develop a marketing plan including the 4Ps of marketing.	٧. وضع خطة التسويق بما في ذلك 4P في التسويق.
8-Consider ethical issues in marketing. Successfully work as a team.	٨. النظر في القضايا الأخلاقية في مجال التسويق والعمل بنجاح كفريق واحد.
9-Exercise communication and presentation skills through the use of technology.	٩. ممارسة الاتصال والعرض من خلال استخدام التكنولوجيا.

**Text book and other requirements; الكتاب المقرر والمراجع المساندة:**

اسم الكتاب	اسم المؤلف	اسم الناشر	سنة النشر
مبادئ التسويق	سالم الرحيمي ومحمود أبو دليوح	دار جرير للنشر	٢٠١٥
Principles of Marketing	Philip Kotler and Gary Armstrong	Pearson Education Inc	2013

