



الكلية الجامعية بضباء

توصيف مقررات الخطة الدراسية لقسم التسويق

توصيفات مقررات الخطة:

اولاً: مقررات المستوى الثالث

مبادئ إدارة الأعمال MGT231

التركيز في هذا المقرر على تعريف الطالب بمفهوم الإدارة وأهميتها في حياتنا ومرآحل تطور علم الإدارة ومدارسها الفكرية، كما يوضح المقرر خطوات عملية اتخاذ القرارات والوظائف الإدارية، وكيفية ممارستها من قبل المدير في منشأة الأعمال من: تخطيط، واتخاذ القرارات، والتنظيم، والقيادة، والاتصال، والرقابة.

مبادئ المحاسبة (1) ACCT231

يتناول المقرر أساسيات المحاسبة المالية، وتطبيقاتها في المنشآت الخدمية، وتوضيح الإجراءات المحاسبية في تلك المنشآت (الدورة المحاسبية): التحليل، والتسجيل، والترحيل وصولاً لإعداد القوائم المالية الختامية: قائمة الدخل وقائمة المركز المالي. كما يُلقى الضوء على التسويات الجردية للمقدمات، والمستحقات الخاصة بالإيرادات والمصروفات.

مبادئ الاقتصاد الجزئي ECON231

يهدف المقرر إلى أخذ الطالب في خطوة نحو معرفة السلوك الاقتصادي للأفراد والعائلات والمنشآت، وما يترتب على ذلك السلوك من توظيف للموارد، وخلق فرص للتشغيل، وزيادة الدخل، ورفع مستوى الرفاهية. ومن المتوقع عند هذا المستوى المبكر أن يتعلم الطالب محتوى سياسات السلوك الاقتصادي لمعرفة أثر وكفاءة السياسات الاقتصادية.

قانون تجاري LAW 231

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بأهمية القانون التجاري، وضرورة قواعده للتعاملات المالية للتجار، من خلال بيان النظرية العامة في التجارة والتجار؛ لتمكينه من تمييز الأعمال التجارية عما سواها، وما يتعلق بها من واجبات، والزامات كدفاتر التجارة والسجل التجاري، إضافةً لأنواع الشركات وأحكامها.

مبادئ التسويق MKT 231

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للتسويق، ومكونات البيئة التسويقية المعاصرة. كما يهدف إلى تمكين الطالب من الأدوات اللازمة لتجزئة السوق، وفهم وتحليل سلوك المستهلك، وتطوير وإدارة المنتجات وتحديد السعر المناسب، واختيار قنوات التوزيع ووضع خطة الترويج بما يحقق أهداف المنشأة التسويقية ويلبي حاجات ورغبات العملاء.

مناهج البحث العلمي MGT 232

يركز المقرر على تعريف الطلاب بأساليب البحث العلمي، وتحديد مشكلة البحث وتصميم نموذج البحث ووضع فرضياته، وطرق جمع البيانات اللازمة للبحث من مصادر مختلفة، وأساليب معالجتها وتحليلها إحصائياً وعرض نتائج التحليل، كما يعرف الطلاب بأساسيات إعداد وكتابة التقرير العلمي للبحث من حيث الشكل والمضمون.

عليه تعليق [1r.]:

عليه تعليق [1RTD]:

ثانيا : مقررات المستوى الرابع

مبادئ الإدارة المالية 241 FIN

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب المتخصص في مجال إدارة الأعمال بخلفية علمية شاملة عن مجال الإدارة المالية، وأهميتها وتطبيقاتها في شركات الأعمال. كما يهدف إلى التعريف بالطرق والأساليب المتبعة في التحليل المالي، وأهم أدواته وأنواعه وكيفية الاستفادة منه، وتعريف الطالب بمفهوم القيمة الزمنية وأهميته في عملية التقييم الاستثماري.

مبادئ الاقتصاد الكلي 241 ECON

يسعى المقرر إلى تعريف الطالب بمجموعة من المفاهيم الاقتصادية الأساسية المتعارف عليها في إطار الاقتصاد الكلي من خلال مساهمة المدارس الفكرية المختلفة معاً لتركز على الفكر الكينزي. ويعرض المقرر طرق تقويم وقياس النشاط الاقتصادي الكلي ومقارنتها بحالة التوازن. كما يبين أهم المشكلات الاقتصادية الكلية، مثل: البطالة والتضخم، والتعريف بأهم أهداف وأدوات السياسات المالية والنقدية، كما يُعطي دراسة موجزة عن دور النقود والبنوك وبعض الموضوعات المعاصرة الأخرى.

مبادئ المحاسبة (٢) 241 ACCT

ويُعد امتداداً لما تم تناوله في مقرر مبادئ المحاسبة (١) مع التركيز على المعالجات المحاسبية الأساسية في المنشآت التجارية (المشتریات - المبيعات - حساب مجمل الربح وصافي الربح)، باقي التسويات الجردية في نهاية العام، كجرد المدينين وطرق تقدير مخصص الديون المشكوك في تحصيلها، والمعالجات المحاسبية للاستثمارات في الأوراق المالية؛ بغرض المتاجرة أو بغرض الاحتفاظ وحساب مخصص هبوط أسعار استثمارات وكيفية معالجته محاسبياً، والطرق المختلفة لتسعير مخزون آخر المدة، والمعالجات المحاسبية للأصول الثابتة والإهلاك، وأسلوب إعداد قائمة التدفقات النقدية.

نظم المعلومات الإدارية 241 MIS

يُقدم المقرر مقدمة في نظم المعلومات الإدارية في عالم الأعمال. كما يُعطي نبذة تنظيمية لاستخدام نظم المعلومات لإنشاء منظمات تنافسية، وإدارة منظمات عالمية، وتوفير سلع وخدمات مناسبة للمستهلك. وتغطي موضوعات المادة الأجهزة، والبرامج، وقواعد البيانات، وأنظمة الاتصالات، والاستخدام الاستراتيجي لنظم المعلومات، وتطوير نظم المعلومات، والجوانب الاجتماعية والأخلاقية المتعلقة بنظم المعلومات.

ثالثاً: مقررات المستوى الخامس

الأساليب الكمية MGT 351

يركز هذا المقرر على تعريف الطلاب بالأساليب الكمية التي يستخدمها المديرون في اتخاذ قرارات رشيدة مبنية على تحليل علمي للمشكلات، ويتناول الموضوعات التالية: مفهوم بحوث العمليات واستخدامها في اتخاذ القرارات الإدارية، وإعداد النماذج الرياضية وتطبيقها لحل بعض المشاكل العملية التي تواجه الإدارة مثل: أسلوب البرمجة الخطية ونموذج النقل، ونموذج المسار الحرج، ونموذج تقييم ومراجعة المشاريع.

سلوك المستهلك 351 MKT

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك وأدوات التجزئة والإحلال السلعي. كما يركز على دراسة حاجات ورغبات ودوافع المستهلك، وطرق تعلمه وخصائص إدراكه الحسي. كما يُلقى الضوء على شخصية المستهلك واتجاهاته، ودور الجماعات المرجعية والأسرة والعوامل الثقافية والاجتماعية والظروف البيئية في تحديد سلوكه الشرائي.

إدارة المبيعات والبيع الشخصي MKT352

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم ووظائف إدارة المبيعات من جهة، وصفات ووظائف مدير المبيعات من جهة أخرى، بالإضافة إلى تخطيط المناطق البيعية وتحديد الحصص البيعية والتنبؤ بالمبيعات وإعداد الميزانية البيعية. كما يلقي الضوء على مسائل تتعلق بإدارة القوى البيعية من اختيار وتوظيف وتدريب وتعويض وتحفيز. كما يركز في النهاية على تقييم النشاط البيعي.

رابعاً: مقررات المستوى السادس

MKT361 تسويق الخدمات

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بماهية تسويق الخدمات، وكيفية دراسة وتحليل وتجزئة سوق الخدمات للوصول إلى المعلومات اللازمة لبناء الاستراتيجيات التسويقية. من جهة أخرى يركز المقرر على المزيج التسويقي الخاص بالخدمات بما يشمل الخدمة ذاتها كمنتج وسعرها وتوزيعها والترويج لها. كما يركز في النهاية على جودة الخدمة، والتسويق الدولي والتسويق الإلكتروني للخدمات.

MKT362 استراتيجيات التسويق

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات في مجال إعداد وتطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق. كما يركز على التخطيط الاستراتيجي التسويقي قصير الأجل ومتوسط الأجل وطويل الأجل وعلاقته بالتخطيط الاستراتيجي بالمنشأة، وكيفية وضع خطة استراتيجية للتسويق أخذاً في الاعتبار كل الظروف البيئية الداخلية والخارجية، مع مناقشة أدوات التحليل اللازمة لبناء استراتيجيات المزيج التسويقي بما يحقق للمنشأة مركزاً تنافسياً قوياً في السوق.

MKT 363 بحوث التسويق

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم والمراحل الأساسية لبحوث التسويق، ودورها في دراسة وتحليل البيئة التسويقية الحديثة. كما يناقش المنهجية العلمية المستخدمة في جمع وتسجيل وتحليل البيانات التسويقية؛ بهدف مساعدة المديرين على اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة. كما يهتم بمناقشة الجوانب النظرية والجوانب التطبيقية والممارسات العملية في بحوث التسويق.

MKT364 الاتصالات التسويقية المتكاملة

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفاهيم ونظريات وأسس ومبادئ الاتصال الفعال وتطبيقاته في مجال التسويق. كما يهدف إلى تدريب الطالب على استخدام الوسائل الترويجية وتخطيط وتنظيم وإدارة الحملات الترويجية التي تسعى إلى التعريف بالمنظمة ومنتجاتها، وذلك من خلال التركيز على عناصر المزيج الترويجي من: إعلان، ودعاية، وبيع شخصي، ووسائل تنشيط المبيعات، وعلاقات عامة، وتسويق مباشر.

خامسا: مقررات المستوى السابع

إدارة قنوات التوزيع والمنشآت التسويقية MKT471

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية في عملية توزيع المنتجات، والتعريف بمفهوم وطبيعة قنوات التوزيع والمنشآت التسويقية. كما يناقش كيفية دراسة وتحليل استراتيجيات وسياسات، وطرق التوزيع، وأنظمة التكامل والاندماج، والعلاقات مع الوسطاء. ويتناول كذلك التعريف بأساسيات التوزيع المادي للمنتجات، وأهميته في تحقيق المصالح المشتركة بين المنظمة وعمالها.

تخطيط وتطوير المنتجات MKT472

يناقش المقرر أهمية تخطيط وتطوير المنتجات الجديدة، ومراحل وطرق التحليل والتقييم المستخدمة في عملية التطوير، والطرق البديلة المستخدمة في اختبارات السوق. كما يوضح دور ومسؤوليات مدير المنتجات في تخطيط وتطوير المنتج وخاصة في ظل المنافسة الشديدة التي تتصف بها الأسواق في الوقت الحاضر، والمشاكل والفرص المرتبطة بتقديم المنتجات الجديدة في الأسواق.

دائرة التسويق MKT 473

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بكيفية إدارة الأنشطة التسويقية داخل المنظمة؛ من أجل تحقيق المصالح المشتركة بينها وبين عملائها، وذلك من خلال دراسة مفهوم إدارة التسويق، ووظائف وفلسفات إدارة التسويق، ونظم المعلومات التسويقية، ودراسة وتحليل البيئة التسويقية، وتجزئة السوق المستهدف والتخطيط الاستراتيجي التسويقي، ونظم التخطيط والرقابة التسويقية. كما يناقش المقرر إدارة المنتجات وسياسات وطرق التسعير وإدارة الحملات الترويجية، وإدارة قنوات التوزيع.

التسويق السياحي MKT 474

يهدف المقرر إلى التعريف بالأسس والمداخل الرئيسية في التسويق السياحي، وقواعد تنمية وتطوير المنتجات السياحية وجهود كسب الأسواق. كما يتناول التعريف بأسس وقواعد التسويق السياحي، ومفهوم التسويق السياحي المباشر، ودراسة كيفية فتح أسواق سياحية جديدة، وتنمية وتطوير المنتجات السياحية، ودراسة عوامل الرواج أو الكساد وتأثيراتها على النشاط السياحي، ودراسة سياسات المنتج السياحي وآليات تسعيره والترويج له على المستوى المحلي والدولي.

التسويق الإلكتروني MKT 481

يقدم المقرر التسويق الإلكتروني من الجانب النظري والعملي، وذلك من خلال دراسة مفهومه، وأهدافه، وخصائصه، وأهميته، ونظم المعلومات التسويقية الإلكترونية ونظام بحوث التسويق، وسلوك المشتري عبر الإنترنت. ويهتم الجزء الرئيسي من المقرر بالمزيج التسويقي عبر الإنترنت الذي يتضمن: طبيعة وخصائص المنتج على شبكة الإنترنت، وتخطيط وتطوير المنتجات وتسعيها عبر الإنترنت، والترويج والتوزيع الإلكتروني.

التسويق الدولي MKT 487

يهدف المقرر إلى تحليل بيئة التسويق الدولية وانعكاساتها على القرارات التسويقية، كما يتناول الموضوعات المتعلقة بأثر الظروف الخارجية والداخلية للمنشأة على تطوير المزيج التسويقي الدولي الملائم. كما يركز المقرر على أهم القضايا المتعلقة بإدارة التسويق الدولي بما فيها القرارات التي يتخذها المديرون الدوليون عند تحديدهم سياسات التخطيط والمزيج التسويقي، والتنظيم والرقابة على العمليات التسويقية الدولية.

قضايا تسويقية معاصرة باللغة الإنجليزية MKT 483

يتناول المقرر التطورات المعاصرة في مجال التسويق، بهدف متابعة أي أفكار أو اتجاهات حديثة في هذا المجال ومنها: المسؤولية الاجتماعية للتسويق، التسويق البيئي أو التسويق الأخضر، أخلاقيات مهنة التسويق الحديث، والتسويق الشبكي أو ما يعرف بـ(التسويق الفيروسي)، والتسويق المجهري وغيرها من هذه التطورات.

تدريب تعاوني MKT 498

يهدف المقرر إلى إتاحة الفرصة للطلاب لتطبيق المعارف والمهارات التي اكتسبها خلال دراسته من خلال تدريبه في إحدى منظمات القطاع الخاص أو العام بما لا يقل عن (٢٠٠ ساعة) تدريب وذلك بالتنسيق مع وحدة التدريب والتطوير بالكلية على أن يقوم الطالب في نهاية فترة التدريب بتقديم تقرير عن ما تم إنجازه مع قيامه بعرض تقديمي power point presentation للمشرف المختص.

سابعاً: مقررات اختيارية من التخصص

MKT 353 سياسات التسعير

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بأساسيات عملية التسعير. كما يتناول مفاهيم السعر، أهداف التسعير، محددات التسعير، بيئة التسعير الدولية، استراتيجيات التسعير، طرق التسعير، وتسعير الخدمات. بالإضافة إلى العلاقة بين المزيج التسويقي والسعر، وتسعير الخدمات.

MKT 354 التسويق الزراعي

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم التسويق الزراعي وأهميته، وخصائص المنتجات الزراعية وأثرها على نجاح التسويق داخل الشركات الزراعية. كما يلقي الضوء على الطرق المختلفة لدراسة التسويق الزراعي ووظائفه ومهامه. بالإضافة إلى التركيز على مختلف المشاكل التي تتعرض لها عملية التسويق الزراعي داخل الأسواق.

MKT 355 نظم المعلومات التسويقية

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم نظم المعلومات التسويقية ووظائفها، وتنمية مهارات الطالب في مجال جمع المعلومات التسويقية، والاستفادة منها في ظل استخدام الأنظمة الحديثة وقواعد البيانات الداعمة للقرارات التسويقية. كما يتناول المفاهيم الأساسية لنظم المعلومات التسويقية، ومصادر المعلومات التسويقية، ودور نظم المعلومات التسويقية في ترشيح قرارات المزيج التسويقي، وترشيح الرقابة على الأنشطة التسويقية داخل المنظمة.

MKT 484 الإعلان التجاري

يتضمن المقرر دراسة مفهوم الإعلان، ومميزاته، وأهدافه، بالإضافة إلى دراسة الآثار الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للإعلان التجاري، وعملية الاتصال الإعلاني. كما يتضمن دراسة جميع الوسائل الإعلانية التجارية من حيث تاريخها، ووظيفتها، والخصائص المميزة لكل وسيلة منها، مع توضيح الفروق بين أنواع الإعلانات التجارية من حيث المضمون والوسيلة. كذلك يلقي الضوء على عملية تصميم الحملات الإعلانية التجارية. كما يتضمن دراسة السلوك الاستهلاكي والآثار التسويقية والترويجية للإعلان التجاري، وإدارة النشاط الإعلاني وقياسه في نجاح عملية الاتصال التسويقي.

MKT 485 التسويق المباشر

يهتم المقرر باستعراض نشأة التسويق المباشر، وأسباب نموه ودوره الاستراتيجي، كما يهتم بتوضيح مفهوم التسويق المباشر وعناصره، والتطبيقات المحتملة لأساليبه المختلفة ومنها: البريد المباشر، والإعلان ذو الاستجابة المباشرة، والتسويق عبر وسائل الإعلام، والكتالوجات، والأشكال المختلفة للتسويق المباشر عبر الإنترنت. كما يتناول العلاقة بين التسويق المباشر وعناصر المزيج الترويجي الأخرى مع تحديد أوجه التماثل والاختلافات بينهم. ويركز كذلك على كيفية إنشاء قاعدة بيانات العملاء سواء من المصادر الداخلية أو الخارجية كأساس لنجاح التسويق المباشر، إلى جانب تناول عناصر المزيج التسويقي المرتبطة بالتسويق المباشر.

MKT 486 تجارة التجزئة

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية واستراتيجيات المزيج التسويقي في تجارة التجزئة، وذلك من خلال دراسة وتحليل بيئة تجارة التجزئة، والعوامل التسويقية المؤثرة في تجارة التجزئة، وتصميم المتاجر والمعارض، وتحديد أسعار التجزئة، والترويج في تجارة التجزئة، وخدمة العميل وإدارة الطلب والتسويق الإلكتروني في هذا المجال. كما يهدف المقرر إلى تنمية مهارات الطالب في مجال تصميم وصياغة ومراجعة ورقابة الأنشطة التسويقية في تجارة التجزئة.

ثامنا: مقررات اختيارية من خارج التخصص

محاسبة التكاليف ACCT351

يهدف المقرر إلى تناول الأنظمة المحاسبية في الشركات الصناعية، من حيث توضيح مفهوم التكاليف وأسس تبويبها، وتحليل العلاقة بين التكلفة والحجم والربح، وطرق إعداد قوائم التكاليف، وحساب التكاليف غير المباشرة، واستخدامات تحليل التكلفة في الرقابة المالية واتخاذ القرارات الإدارية.

محاسبة الشركات ACCT352

يهدف المقرر إلى توضيح أسس ونظم المحاسبة في شركات الأشخاص وشركات الأموال، حيث يتم في الجزء الأول: دراسة المعالجات المحاسبية المتعلقة بشركات الأشخاص كآليات توزيع الأرباح، والتغيرات على حقوق الملكية وانضمام شريك أو انفصال شريك. وفي الجزء الثاني يتناول: المعالجات المحاسبية المتعلقة بشركات الأموال، والتغيرات التي تحصل في حقوق الملكية من خلال الاكتتاب بالأسهم، والمعالجات المحاسبية لإصدار قرض السندات، وتوزيع الأرباح، وتصفية الشركات طبقاً لقانون الشركات السعودي.

السلوك التنظيمي MGT 353

يركز المقرر على تزويد الطلاب بمعلومات تمكنهم من معرفة مفهوم السلوك التنظيمي والعلوم المرتبطة به، وزيادة إلمامه بمستويات السلوك التنظيمي وارتباطها بأداء المنظمة، كما يتضمن التعريف بالعمليات العقلية التي تؤثر في سلوك الفرد في إطار المنظمة، وطبيعة العلاقة بين السلوك الفردي والسلوك الجماعي، وسلوكيات العاملين في المنظمات.

إدارة الموارد البشرية MGT 361

يركز المقرر على إبراز دور إدارة الموارد البشرية في منظمات الأعمال ووظائفها الأساسية؛ لتمكين المنظمات من تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية. ويتضمن الموضوعات التالية: المفهوم المعاصر لإدارة الموارد البشرية، وتحليل الوظائف، وتقييم الوظائف، وتخطيط الموارد البشرية، واستقطاب واختيار العاملين، وتقويم أداء العاملين، وتدريب وتنمية العاملين، وإدارة التعويضات، وضبط الأداء الوظيفي، والمستقبل الوظيفي والترقية، وإنهاء الخدمة.

مبادئ الاستثمار FIN 351

يهدف المقرر إلى تزويد الطالب المتخصص في مجال إدارة الأعمال بخلفية علمية شاملة عن مجال الاستثمار، والأدوات الاستثمارية المختلفة وخصائصها، وآليات التعامل في الأسواق المالية والطرق والأساليب المتبعة في التحليل الاستثماري وفي تكوين وإدارة الصناديق والمحافظ الاستثمارية.

التمويل والمصارف الإسلامية Fin 483

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم النقود والربا، ونشأة البنوك، وماهية الاقتصاد الإسلامي ومقارنته مع الأنظمة الاقتصادية الأخرى، بالإضافة إلى التعريف بالعقود الإسلامية، ونشأة وتطور المصارف الإسلامية وأنواعها ومصادر الأموال فيها، وأساليب الاستثمار، وأسس تقييم واختيار المشروعات، والخدمات المصرفية المستخدمة، وقياس الربح وتوزيعه، والآثار الاقتصادية والاجتماعية للمصارف الإسلامية.



التجارة الإلكترونية MIS 352

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم التجارة الإلكترونية ونماذجها، والمزايا التي تحققها للمنظمات والمفاهيم المرتبطة بها. كما يتناول البنية التحتية للتجارة الإلكترونية: (بنية الشبكات، والبنية التكنولوجية، وبنية أمن المعلومات، والبنية الاجتماعية والأخلاقية، والبنية التحتية لنظم الدفع الإلكتروني)، وكيفية بناء مواقع التجارة الإلكترونية.

أتمتة المكاتب MIS 351

يركز المقرر على التعريف بالتقنيات المختلفة المستخدمة في المكاتب الحديثة، كما يهدف إلى اكتساب الطلاب مهارات استخدام التقنيات الحديثة في الأعمال المكتبية، ويقدم لهم المعلومات الأساسية حول الاستخدامات المكتبية للتقنية، ويعرفهم بالبرمجيات المستخدمة في معالجة البيانات، وإنجاز الأعمال.