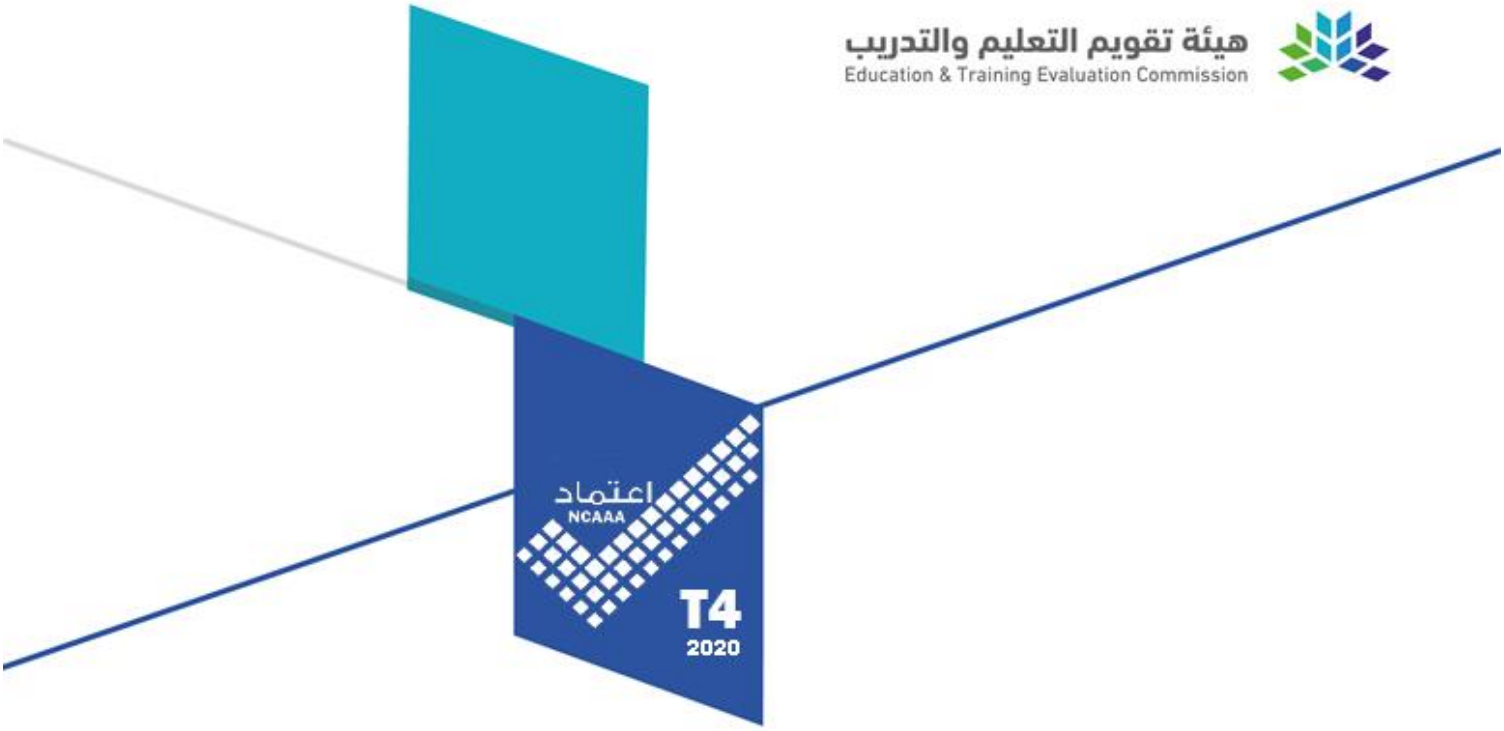

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	مقرر صناعة وتسويق الأزياء
رمز المقرر:	٢-٤٤٠٦٤٨٤
البرنامج:	برنامج تصميم الأزياء والنسيج
القسم العلمي:	قسم تصميم الأزياء والنسيج
الكلية:	كلية التصاميم والفنون التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الطائف

المحتويات

أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ٣

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ٣

١. الوصف العام للمقرر: ٣

٢. الهدف الرئيس للمقرر ٣

٣. مخرجات التعلم للمقرر: ٤

ج. موضوعات المقرر ٤

د. التدريس والتقييم: ٥

١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ٥

٢. أنشطة تقييم الطلبة ٥

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: ٥

و – مصادر التعلم والمرافق: ٦

١. قائمة مصادر التعلم: ٦

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة: ٦

ز. تقويم جودة المقرر: ٧

ح. اعتماد التوصيف ٧

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة: ٢ ساعة معتمدة (نظري)

التحول الي الفصول الثلاثة (٣نظري)

٢. نوع المقرر

أ. متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☐ متطلب قسم ☑ أخرى ☐

ب. إجباري ☑ اختياري ☐

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر

السنة الرابعة / المستوي الثاني عشر

٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):

لا يوجد

٥. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت):

لا يوجد

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٢٠	٧٠٪
2	التعليم المدمج	١٠	٣٠٪
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

٧. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
١	محاضرات	٣٠
٢	معمل أو إستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	٣٠

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر:

يضم هذا المقرر مفهوم التسويق أهميته وأهدافه- دراسة المستهلك والسوق والسلعة- التوزيع ومنشآت التسويق- العناصر الأساسية للتسويق (المنتج- التغليف- السعر-الدعاية والإعلان)- المزيج الترويجي (الإعلان -البيع شخصي –الدعاية- ترويج المبيعات) - طرق تخطيط وتسويق الملابس الجاهزة- التسويق المحلى للملابس- الاستيراد والتصدير واهمية صناعة الأزياء

٢. الهدف الرئيس للمقرر

مفهوم التسويق أهميته وأهدافه- دراسة المستهلك والسوق والسلعة- التوزيع ومنشآت التسويق- العناصر الأساسية للتسويق (المنتج- التغليف- السعر-الدعاية والإعلان)- المزيج الترويجي (الإعلان -البيع شخصي –الدعاية- ترويج المبيعات) - طرق

تخطيط وتسويق الملابس الجاهزة- التسويق المحلى للملابس- الاستيراد والتصدير

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

	مخرجات التعلم للمقرر	رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج
1	**المعرفة والفهم**	
1.1	تستعرض كيفية إدارة سوق العمل، ونجاح التسويق للمنتج.	ع ٢
1.2	توضح خطوات عملية الشراء وكيفية التأثير فيها، تقوم بتحديد تسعيرة لمنتج ملبسي بطريقة صحيحة	ع ٣
2	**المهارات**	
2.1	تطبق خطط ترويجية لمنتج ملبسي ، تخطط سياسة تسويقية لمنتج ملبسي وفقا للنظم المتبعة في الواقع العملي .	م ١
2.2	تصمم المنتج الذي يتماشى مع المنافسة للمؤسسات الإنتاجية الأخرى.	م ٤
3	**القيم**	
3.1	تساعد في إعداد عرض جماعي فعال " باور بوينت " في موضوعات مختلفة للمقرر	ق ٢
3.2	تشارك بعمل أبحاث علمية مشتركة في موضوعات مختلفة للمقرر	ق ٣

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	التعرف على الجانب النظرى للمادة وعناصرها بصفة عامة.	٣
٢	مفهوم التسويق وأهميته وأهدافه – مجالاته- دراسة العناصر الأساسية للتسويق (المنتج- التغليف- السعر)..	٣
	دراسة العناصر الأساسية للتسويق (العرض – الطلب -الدعاية والإعلان)	
٣	طرق التخطيط لتسويق الملابس الجاهزة - مراحل دورة حياة الموضة للملابس الجاهزة.	٣
٤	التسويق المحلى للملابس - تجار الجملة - تجار التجزئة - الاستيراد والتصدير.	٣
٥	دراسة عوامل الاختيار ودوافع الشراء للملابس - تقيم رغبات المستهلك - خطوات عملية الشراء للمستهلك.	٣
	دراسة نوعية العميل من حيث : العمر ، الفئة ، المستوى الاجتماعى و معرفة كيفية التعامل مع العملاء باختلاف أنواعهم .	
٦	دراسة السوق والاطلاع علي اتجاهات الموضة ومعرفة احتياجاته ، المؤسسات التسويقية في الملابس ودخول حيز المنافسة التسويقية.	٣
٧	أسس تصميم المنتج الذي يتماشى مع المنافسة للمؤسسات الإنتاجية الأخرى.	٣
٨	عوامل نجاح التسويق من خلال السعر والتغليف والدعاية للمنتج.	٣
٩	دور نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق في اتخاذ القرار التسويقي.	٣
١٠	التفرقة بين عناصر المزيج الترويجي(الإعلان - البيع شخصي – الدعاية – ترويج المبيعات) .	٣
.....		
	المجموع	٣٠

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	**المعرفة والفهم**		
1.1	تستعرض كيفية إدارة سوق العمل، ونجاح التسويق للمنتج.	التعليم المدمج	تقييم الواجبات الاختبارات النظرية
1.2	توضح خطوات عملية الشراء وكيفية التأثير فيها ، تقوم بتحديد تسعيرة لمنتج ملبس بطريقة صحيحة	العصف الذهني التعليم المدمج	الاختبارات النظرية
2.0	**المهارات**		
2.1	تطبق خطط ترويجية لمنتج ملبسي ، تخطط سياسة تسويقية لمنتج ملبسي وفقا للنظم المتبعة في الواقع العملي .	العصف الذهني المناقشة والحوار.	تقييم التكليفات الاختبارات النظرية
2.2	تصمم المنتج الذي يتماشى مع المنافسة للمؤسسات الإنتاجية الأخرى.	العصف الذهني أسلوب حل المشكلات.	تقييم التكليفات الاختبارات النظرية
3.0	**القيم**		
3.1	تساعد في إعداد عرض جماعي فعال " باور بوينت " في موضوعات مختلفة للمقرر	المناقشة والحوار. ورش العمل.	بطاقة ملاحظة. تقييم الأعمال الجماعية
3.2	تشارك بعمل أبحاث علمية مشتركة في موضوعات مختلفة للمقرر	المحاضرة. البيان العملي.	تقييم التكليفات الفردية والجماعية. تقييم المشاريع العملية.

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	اختبار دوري	السادس	%٢٠
٢	أنشطة وتكليفات	العاشر	%٢٠
٣	اختبار نهائي نظري	الثاني عشر	%٦٠
اجمالي التقييم			٪١٠٠

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- التواجد ٦ ساعات مكتبية أسبوعياً للإرشاد الأكاديمي والتربوي للطالبات ،
- هذا بالإضافة إلى التواصل عبر الايميل الشخصي لأستاذة المقرر و كذلك عبر blackboard
- بالإضافة إلى الإشراف المباشر على الطالبات في الأنشطة والمشاريع الفردية والجماعية

و – مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	مها عبد الله الدباغ، تسويق الملابس، الطبعة الأولى ١٤٣٠هـ شركة المدينة – جدة.
المراجع المساندة	.(١٩٩٥World-class customer satisfaction. Irwin Professional Publishing. ● Daft, R. L. (1994). Management. The Dryden Press. ● David, F. R. (1997). Strategic management. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River. ● Jain, S. C. (1997). Marketing planning & strategy. South-Western College Publishing. ● Knouse, S. B. (1995). Customer satisfaction in Australian total quality management. Perceptual and Motor Skills, 80, 330. ● Kotler, P. (1991). Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control. Northwestern University. ● Kreitner, R. (1992). Management. Houghton Mifflin Company. ● Oliver, R. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. The McGraw-Hill Companies, Inc ما يستجد من مراجع حديثة متخصصة في مجال تسويق الازياء في المكتبات
المصادر الإلكترونية	www.entej.com/pages/3859/ www.adelelmarakshy.com/2011/10/blog-post_27.htm https://small-projects.org ١/٢٨/٠١/٢٠٠٥/www.shabayek.com/blog www.tech-wd.com/wd/2012/11/30/top-10-e-marketing-strategies-increase-sales/ www.eltasweeqelyoum.com/2015/08/10.html www.coffee-net.com/2015/01/e-marketing.html
أخرى	لا يوجد

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	● تجهيز معامل الخياطة لتسهيل العمل على الطالبات (توفير طاولات مناسبة – مقاعد – إضاءة خاصة – مساحات مناسبة) تسع لـ ٢٥ طالبة . ● توفير عدد كافي من ماكينات الخياطة التعليمية لتتعرف الطالبة عليها وتتعلم كيفية استخدامها (معمل ملابس).
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	● الشبكة العنكبوتية. ● جهاز لاب توب لعرض الأفلام التعليمية.

العناصر	متطلبات المقرر
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	---

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فعالية التدريس	الطلبة – الخريجين – أعضاء هيئة التدريس – أرباب العمل	- تطبيق استبانة التقييم الذاتي - تقرير الأداء السنوي - تنظيم ورش عمل يقدمها أعضاء من داخل القسم أو من خارجه تتناول موضوعات ذات صلة بالمناهج , وتحفيز الطلبة على المشاركة فيها - التغيير المستمر وفق الاتجاهات الحديثة أو ما يستجد في المجال - الاستفادة من خبرات الكليات المناظرة المعتمدة
فعالية طرق تقييم الطلاب	الطلاب – الخريجين	- استبيان نسبة عدد الطلاب الذين أكملوا السنة الدراسية بتقدير مرضي - استبيان قياس جودة المقررات التي يتطلبها سوق العمل - استبيان تقييم المقرر الدراسي
مدي تحصيل مخرجات التعلم لمقرر	الخريجين – أعضاء هيئة التدريس – أرباب العمل	- عمل مراجعة دورية لمحتوي المقرر والاختبارات التحصيلية - متابعة مستمرة لما انجزه الطالب من تقارير - تقويم المقرر في ضوء نتائج التعلم واقتراح اوجه التحسين والتطوير
مصادر التعلم	الطالبات – أعضاء هيئة التدريس	-استطلاعات راي عم المكتبة وبرامج تهيئة ارشادية وتدريب للطلبة وغيرهم من المستفيدين الجدد لتهيئتهم لاستخدام مرافق المكتبة وخدماتها

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 التقييم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	**كلية التصاميم والفنون التطبيقية**
رقم الجلسة	**جلسة رقم (٩)**
تاريخ الجلسة	**١٤٤٣/١١/١هـ**
	كلية التصاميم والفنون التطبيقية College of Design & Fine Arts TU جامعة الطائف TAIF UNIVERSITY قسم تصميم الأزياء والنسيج Fashion and Fabric Design Department TU جامعة الطائف TAIF UNIVERSITY