



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



اسم المقرر: التسويق الالكتروني
رمز المقرر: 25122تسق
البرنامج: الادارة المالية والمصرفية
القسم العلمي: العلوم الادارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة بيشة
نسخة التوصيف: 2
تاريخ آخر مراجعة: 2023/8/27م





جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 4
- ج. موضوعات المقرر 5
- د. أنشطة تقييم الطلبة 5
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6
- و. تقويم جودة المقرر: 6
- ز. اعتماد التوصيف: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (2)

2. نوع المقرر

أ - ☐ متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☒ متطلب تخصص ☐ متطلب مسار ☐ أخرى

ب - ☒ إجباري ☐ اختياري

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الأولى/المستوى الثاني)

4. الوصف العام للمقرر

يعرف هذا المقرر بأهمية الإنترنت في مجال التسويق، ويقدم خصائص الاسواق الالكترونية، و اخر المستجدات في ادارة عناصر المزيج التسويقي عبر الأنترنت، من خلال هذا المقرر سوف يتعرف الطالب على مفاهيم جديدة حول التسويق الالكتروني.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

- تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للتسويق الإلكتروني.
- تعريف الطالب بالمتطلبات الأساسية للتسويق الإلكتروني.
- أن يتعرف الطالب على الفرص والتحديات المقدمة من استخدام التسويق الإلكتروني.
- أن يتعرف الطالب على أثر التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي.
- تعريف الطالب بكيفية إدارة العلاقات العامة بالعملاء الكترونياً.
- تعريف الطالب بنظام المعلومات التسويقية للتسويق الإلكتروني وعناصر نجاحه.
- أن يفهم الطالب دور التسويق الإلكتروني كأداة للميزة التنافسية.
- تعريف الطالب بنماذج التسويق الإلكتروني.
- تعريف الطالب بأساليب العمل بواسطة التسويق الالكتروني.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	30	100%
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي		



م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
	• التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30	100%
2	معمل أو إستوديو	/	/
3	ميداني	/	/
4	دروس إضافية	/	/
5	أخرى	/	/
	الإجمالي	30 ساعة	100%

ب. نواتج التعلم للمقررواستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف الطالب أهداف التسويق الإلكتروني ويختار المزيج التسويقي الإلكتروني المناسب لكل سوق مستهدف.	٢٤،١٤	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
1.2	معرفة كيفية التسعير والتوزيع والترويج الإلكتروني للسلع المختلفة.	٢٤،١٤	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
2.0	المهارات			
2.1	يطبق اساليب التسويق الإلكتروني المختلفة في البيئات المختلفة على الواقع العملي.	٣م، ٢م، ١م	المحاضرة - المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
2.2	يطبق الافكار التسويقية الى مشاريع مختلفة تخدم العميل والمنظمة والمجتمع	١م	المحاضرة - المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.3	يستخدم دائماً أكثر تقنيات المعلومات والاتصالات مناسبة في جمع وتفسير وتخزين واسترجاع وإيصال المعلومات التسويقية والأفكار الجديدة والرائدة في مجال التسويق الحديث.	م ٣	المحاضرة - المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يبادر في حل المشكلات الالكترونية التسويقية المختلفة واتخاذ القرار التسويقي المناسب في مختلف مجالات الأعمال	ق ١، ٢	واجبات جماعية	تقييم المشروع البحثي
3.2	يشارك بفعالية بالحلول العلمية والمبتكرة في حل المشكلات الالكترونية التسويقية المختلفة	ق ٢، ٣	التعليم التعاوني	تقديم عرض
3.3	يحلل العمليات الرياضية والإحصائية ويستخدمها في اعطاء خطط تسويق الكتروني مختلفة والإشراف على المشاريع التسويقية المختلفة.	ق ٣، ٤	البحوث والمشاركات	تقييم المشروع البحثي

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	التسويق عبر الانترنت - نظرة عامة	4
2	شبكة الانترنت - المفاهيم والآليات	2
3	إدارة مزيج المنتجات	4
4	آليات التسعير عبر الإنترنت	4
5	المزيج الترويجي عبر الإنترنت	4
6	لتوزيع الإلكتروني عبر الإنترنت	4
7	تصميم المواقع الإلكترونية	4
8	نظم السداد الإلكتروني عبر الإنترنت	4

30

المجموع

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي أول .	الأسبوع السادس	20 %
2	اختبار فصلي ثاني	الأسبوع العاشر	20 %
3	واجبات + كويزات + مشاركات.	خلال الفصل الدراسي	10 %
4	اختبار تحريري نهائي .	الأسبوع العشر	50 %

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	ادريس، جعفر عبد الله، النفيعي، سعود بن سليمان، التسويق الالكتروني، خوارزم العلمية ، 2018م.
المراجع المساندة	احمد المحرزي، حمادة فوزي، التسويق عبر الانترنت، كلية التجارة ن التعليم المفتوح. ابو فارة، يوسف، التسويق الالكتروني - عناصر التسويق عبر الانترنت، دار وائل للنشر عمان 2012م ..
المصادر الإلكترونية	http://www.nu.edu.sa www.amazon.com www.Barnes&Noble.com
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية مجهزة تتسع لـ 60 طالب أو طالبة وموصلة علي الانترنت.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	حاسب آلي، داتا شوا وسبورة ذكية.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	اقلام وورق.



و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	الطلبة + رئيس القسم + والتقييم الذاتي	فاعلية التدريس
مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	الطلبة - أعضاء هيئة التدريس - رئيس القسم	فاعلية طرق تقييم الطلاب
مباشر عن طريق المقارنات المرجعية - وتحديث المراجع	المراجع النظير - استاذ المقرر - الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	استاذ المقرر - رئيس القسم	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

الكلية التطبيقية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
2023/8/30م	تاريخ الجلسة

