



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)

اسم المقرر: الاتصالات التسويقية الالكترونية

رمز المقرر: 25135 تسق

البرنامج: التسويق والتجارة الالكترونية

القسم العلمي: العلوم الإدارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة بيشة

نسخة التوصيف: 2

تاريخ آخر مراجعة: 27-8-2023





جدول المحتويات

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



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (2)

2. نوع المقرر

أ -	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب -	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يستعرض هذا المقرر مداخل الاتصالات التسويقية الالكترونية وكيف يمكن التنسيق بينها وبين الاستراتيجية الفعالة للتسويق بصورة تكاملية. تشمل هذه المداخل الإعلان والبيع الشخصي وطرق ترويج الالكترونية/تنشيط المبيعات والدعاية والنشر والتسويق عبر الإنترنت والتسويق المباشر وغير ذلك من طرق الاتصالات التسويقية الحديثة.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى فهم المبادئ الرئيسية للاتصالات التسويقية الالكترونية والفرق بينه وبين المفهوم التقليدي للترويج وأهمية الاتصالات التسويقية بمفهومها الحديث في الوقت المعاصر، وذلك إلى جانب التعرف على الأنشطة المختلفة للاتصالات التسويقية وأهمية التنسيق بينها عند وضع خطة الاتصالات التسويقية للمنشأة، وتقييم استراتيجيات الاتصالات التسويقية..

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	30 ساعة	%100
2	التعليم الإلكتروني	/	/
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	/	/
4	التعليم عن بعد	/	/

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

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

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	التعرف على الدور الهام الذي تلعبه الاتصالات التسويقية في برامج التسويق الالكتروني	ع1، ع2	المحاضرات وعروض البوربوينت.	اختبارات تحريرية فصلية ونهاية. أسئلة أثناء المحاضرة.
1.2	التعرف على الاستراتيجيات التسويقية والترويجية المختلفة وتطبيقاتها الالكترونية.	ع1، ع2		
1.3	التعرف على المضامين الاجتماعية، القانونية، والأخلاقية للاتصالات التسويقية الالكترونية	ع3		
2.0	المهارات			
2.1	اكتساب الطالب مهارة وضع خطط الاتصال التسويقي الالكتروني التي يتم خلالها التنسيق بين جميع عناصر المزيج الترويجي المستخدمة في الحملات التسويقية الالكترونية المتقدمة.	م1	المحاضرات وعروض البوربوينت.	اختبارات تحريرية فصلية ونهاية. أسئلة أثناء المحاضرة.
2.2	اكتساب الطالب مهارة تقييم خطط الاتصال التسويقي الالكتروني الموضوعية لتحقيق الأهداف التسويقية المعلنة للمنشآت.	م2	المحاضرة والأمثلة التطبيقية	الاختبارات والواجبات المنزلية
2.3	مهارات جمع المعلومات واستخدامها في إعداد الرسالة التسويقية الالكترونية.	م3	المحاضرة والأمثلة التطبيقية	تقييم دكتور المقرر
2.4	مهارة اعداد الخطة الإعلامية والموازنة، بما في ذلك مصادر وتكاليف عناصر الخطة	م4	المحاضرة والأمثلة التطبيقية	الاختبارات والواجبات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	كفاءة تحليل العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك	ق1، ق2، ق3، ق4، ق5، ق6، ق7، ق8، ق9، ق10، ق11، ق12، ق13، ق14، ق15، ق16، ق17، ق18، ق19، ق20، ق21، ق22، ق23، ق24، ق25، ق26، ق27، ق28، ق29، ق30، ق31، ق32، ق33، ق34، ق35، ق36، ق37، ق38، ق39، ق40، ق41، ق42، ق43، ق44، ق45، ق46، ق47، ق48، ق49، ق50، ق51، ق52، ق53، ق54، ق55، ق56، ق57، ق58، ق59، ق60، ق61، ق62، ق63، ق64، ق65، ق66، ق67، ق68، ق69، ق70، ق71، ق72، ق73، ق74، ق75، ق76، ق77، ق78، ق79، ق80، ق81، ق82، ق83، ق84، ق85، ق86، ق87، ق88، ق89، ق90، ق91، ق92، ق93، ق94، ق95، ق96، ق97، ق98، ق99، ق100	إجابات جماعية	تقييم العمل الجماعي ثم مساهمة كل طالب

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	القدرة على التواصل الفعال شفهيًا وكتابيًا والعمل بشكل قيادي وجماعي	ق2	واجبات وبحوث فردية	تقييم الواجبات والمشاريع البحثية
3.3	إمكانية الطالب من تحديد نوع القرار الشرائي	ق3	واجبات وبحوث فردية	تقييم الواجبات والمشاريع البحثية
3.4	القدرة على التمييز بين الأدوار الشرائية للمستهلك	ق3، ق4	بحوث ودراسات ميدانية	تقييم العمل الجماعي ثم تقييم مساهمة كل فرد

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مفهوم الاتصالات والاتصالات في منظمات.	4
2	مفهوم الاتصالات التسويقية الالكترونية ونماذج المتقدمة للاتصالات التسويقية.	4
3	مفهوم الاتصالات التسويقية الالكترونية المتقدمة.	3
4	تخطيط للاتصالات التسويقية دورة حياة المنتج الالكتروني.	3
5	الأخلاق و الاتصالات التسويقية الالكترونية.	3
6	دراسة سلوك المستهلك على شبكة الويب.	2
7	مفهوم الإعلان. الالكتروني.	2
8	تعريف ترويج المبيعات عبر الشبكة.	2
9	البيع الشخصي.	2
10	العلاقات العامة.	2
11	قياس فاعلية الاتصالات التسويقية الالكترونية و الترويج.	2
المجموع		30

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي أول .	الأسبوع السادس	15 %
2	اختبار فصلي ثاني	الأسبوع العاشر	15 %
3	واجبات + كويزات + مشاركات.	خلال الفصل الدراسي	20 %
4	اختبار تحريري نهائي .	الأسبوع العشر	50 %

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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية مدخل منهجي- تطبيقي، دار المسيرة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.	المرجع الرئيس للمقرر
	المراجع المساندة
الاتصالات التسويقية والترويج، ثامر البكري، دار الحامد للنشر، الأردن، الطبعة الثانية، 2009. حميد الطائي و احمد السكري، الاتصالات التسويقية المتكاملة: منظور استراتيجي، دار اليازوري، الأردن، 2011. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, by Belch, G. and Belch, M., Published by: McGraw Hill, 9th edition, 2012	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقويم
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	فاعلة 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	مدي تحقيق مخرجات التعلم للمقرر
مباشر عن طريق المناقشات الفكرية السيمانار والمحاكاة الافتراضية وتقارير وأوراق العمل	استاذ المقرر	الابداع والابتكار
مباشر عن طريق الاستبيانات	استاذ المقرر - الطلاب - المراجع النظير	بيئة التعلم .
مباشر عن طريق الاستبيانات	استاذ المقرر - قيادات البرنامج	خط التحسين للمقرر .

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
30-8-2023	تاريخ الجلسة

