



اعتماد
NCAAA
T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	مقرر الاتصالات التسويقية المتكاملة ---- تعديل الاسابيع
رمز المقرر:	٣-٦٠٢٤٢٠
البرنامج:	بكالوريوس في التسويق
القسم العلمي:	قسم التسويق
الكلية:	كلية إدارة الأعمال
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: ٣
- ج. موضوعات المقرر ٤
- د. التدريس والتقييم: ٤
١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ٤
٢. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: ٥
- و - مصادر التعلم والمرافق: ٥
١. قائمة مصادر التعلم: ٥
٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة: ٥
- ز. تقويم جودة المقرر: ٦
- ح. اعتماد التوصيف ٦



أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة:	
٢. نوع المقرر	
أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input checked="" type="checkbox"/> متطلب قسم	<input type="checkbox"/> أخرى
ب. <input checked="" type="checkbox"/> إجباري <input type="checkbox"/> اختياري	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: المستوى التاسع	
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مبادئ التسويق ٣-٦٠٢٢٠١	
٥. المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد	

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٤	%١٠٠
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

٧. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
١	محاضرات	٤٠
٢	معمل أو إستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	٤٠

ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر: يتضمن المقرر المفاهيم الأساسية للاتصالات التسويقية المتكاملة، أدوات الاتصال بالجمهور والعملاء، كيفية تخطيط الحملات الترويجية والاعلانية، أساليب تنشيط المبيعات والإعداد للمعارض وكذلك البيع الشخصي والتسويق المباشر
٢. الهدف الرئيس للمقرر أن يحدد الطالب المفاهيم الأساسية للاتصالات التسويقية وخطوات تخطيط حملة ترويجية ناجحة

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
١٤	1 المعرفة والفهم 1.1 أن يحدد الطالب أدوات الاتصال التسويقي بالعملاء والجمهور 1.2 1.3 1...

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	2 المهارات
1م	2.1 أن يقارن الطالب بين أدوات الاتصالات التسويقية وظروف استخدام كل منها
2م	2.2 أن يقيم الطالب مدى توافر الأسس العلمية للحملة الترويجية لشركة أو مؤسسة قائمة بالفعل
	2.3
	2...
	3 القيم
1ق	3.1 أن يشارك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية واعلانية
	3.2
	3.3
	3...

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	نموذج الاتصالات التسويقية	2
2	سلوك المستهلك ودوره في الاتصالات التسويقية	4
3	مفاهيم مبدئية في الإعلان	2
4	كيف تعد الرسالة الاعلانية الفعالة	4
5	وسائل نشر الإعلانات	2
6	تخطيط الحملة الترويجية	2
7	مواصفات وواجبات رجل البيع	2
8	ماذا يجب أن يعرف رجل البيع المتميز	4
9	تنشيط المبيعات	4
10	كيف تعد وتتعامل مع المعارض	4
11	التسويق المباشر – مفاهيم أولية	2
12	قرارات التسويق المباشر	2
13	التسويق عبر الانترنت	4
14	العلاقات العامة والنشر	2
	المجموع	40

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم		
1.1	أن يحدد الطالب أدوات الاتصال التسويقي بالعملاء والجمهور	المحاضرات المناقشات	الاختبارات
1.2			
2.0	المهارات		
2.1	أن يقارن الطالب بين أدوات الاتصالات التسويقية وظروف استخدام كل منها	المناقشات	عروض شفوية
2.2	أن يقيم الطالب مدى توافر الأسس العلمية للحملة الترويجية لشركة أو مؤسسة قائمة بالفعل	العصف الذهني	عروض تقديمية
3.0	القيم		
3.1	أن يشارك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية واعلانية	التكليفات الجماعية	العروض التقديمية التقارير
3.2			

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	اختبار دوري	٤ - ٥	٢٠%
٢	المشاركة والواجبات والأنشطة الصفية	١ - ١٠	٢٠%
٣	الاختبار النهائي	١٢	٦٠%
٤			
٥			
٦			
٧			
٨			

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

<p>التواصل مع الطلاب في الساعات المكتبية. ارسال رسائل نصية أو بريد الكتروني لتقديم الدعم والإرشاد. تفعيل البلاك بورد للتعلم الالكتروني بالجامعة في الاستشارات والإرشاد الأكاديمي للطلاب</p>

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

<p>د. طلعت أسعد عبدالحميد، الاتصالات التسويقية المتكاملة: طريقك المباشر الى قلب وفكر العميل، الطبعة الخامسة ٢٠١٨</p>	المرجع الرئيس للمقرر
<p>- شيماء السيد سالم، الاتصالات التسويقية المتكاملة (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٦)</p> <p>- بشير عباس العلق وعلي محمد رابعة، الترويج والاعلان التجاري، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧)</p> <p>- ثامر البكري، الاتصالات التسويقية المتكاملة والترويج، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦)</p>	المراجع المساندة
<p>https://www.neelwafurat.com/itempage.aspx?id=egb179316-5191935&search=books</p>	المصادر الإلكترونية
<p>المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/ar/Publishers.aspx</p>	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
<p>المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... الخ)</p>	قاعات تدريس مناسبة ومجهزة بالمرافق اللازمة لنجاح عملية التدريس
<p>التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)</p>	أجهزة عرض الكتروني Data show projectors أجهزة حاسوب
<p>تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)</p>	-

ز. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقويم
استطلاعات الرأي	أعضاء هيئة التدريس قيادات البرنامج	فاعلية التدريس
استطلاعات الرأي	الطلاب أعضاء هيئة التدريس قيادات البرنامج المراجع النظير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
التقارير استطلاعات الرأي	أعضاء هيئة التدريس قيادات البرنامج المجلس الاستشاري	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
استطلاعات الرأي	الطلاب أعضاء هيئة التدريس	مصادر التعلم
استطلاعات الرأي	الطلاب أعضاء هيئة التدريس قيادات البرنامج	الخدمات والتجهيزات

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

مجلس قسم التسويق	جهة الاعتماد
٤	رقم الجلسة
٢٠٢١/١١/٢٢	تاريخ الجلسة