



اعتماد
NCAAA
T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	مقرر التسويق الإلكتروني
رمز المقرر:	602427-3
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: ٤
- 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: ٦
- 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 type="checkbox"/> اختياري <input checked="" type="checkbox"/> إجباري
٣. المستوى الذي يقدم فيه المقرر المستوى السابع
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): مبادئ التسويق 3-602201
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	40	100%
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	40
٢	معمل أو إستوديو	—
٣	دروس إضافية	—
٤	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	40
	ساعات التعليم الأخرى*	
1	ساعات استذكار	40
2	الواجبات	20
3	المكتبة	15
4	إعداد البحوث/المشاريع	10
5	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	125
	(الإجمالي 125 ساعة تعلم)	

ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر: يتناول مفهوم وأهداف كل من الأعمال الإلكترونية والتسويق الإلكتروني وأوجه الاختلاف بينهم ، عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني والمتمثلة في تخطيط المنتج الإلكتروني ، التسعير الإلكتروني وغيرها من العناصر الأخرى المستحدثة ، كذلك مفهوم وأنواع الأسواق الإلكترونية
٢. الهدف الرئيس للمقرر • تزويد الطالب بأحدث ما وصل اليه الفكر التسويقي الإلكتروني من مبادئ ومفاهيم وأسس فلسفية وتطبيقية . • الإلمام بعناصر المزيج التسويقي الإلكتروني .

- التعرف علي شبكة المعلومات الدولية ، وتكنولوجيا المعلومات كأدوات تسويقية ، واكتساب مهارات تشغيلها وتوظيفها لتحقيق أهداف المنظمة .
- الوقوف علي الفرص الفريدة والتميزة والتحديات المرتبطة بالتسويق الإلكتروني بهدف تحسين الاستراتيجية التسويقية على المستوى الكلي

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعرفة والفهم
1ع	1.1 يتعرف الطالب على مفهوم وأهمية ومزايا التسويق الإلكتروني والمفاهيم الحديثة في مجال التسويق الإلكتروني
	1.2
	1.3
	1...
	2 المهارات
1م	2.1 يصمم المزيج التسويقي الإلكتروني المناسب لمنظمة الأعمال
2م	2.2 يقسم الأسواق الإلكترونية ، ويختار القطاعات السوقية الإلكترونية المستهدفة بشكل علمي
3م	2.3 يتواصل مع العملاء الكترونيا للتعرف علي حاجياتهم ورغباتهم
	2...
	3 القيم
1ق	3.1 يتواصل مع الآخرين وفق القيم السائدة
	3.2
	3.3
	3...

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	مدخل إلى الأعمال الإلكترونية	3
٢	التجارة الإلكترونية	3
٣	التسويق الإلكتروني : المفهوم والمزايا	4
٤	المنتج الإلكتروني	3
٥	التسعير الإلكتروني	3
٦	التوزيع الإلكتروني	5
٧	الترويج الإلكتروني	5
٨	تصميم الموقع الإلكتروني	5
٩	الأمن الإلكتروني – المجتمعات الافتراضية	3
١٠	خدمة العملاء – التخصيص – الخصوصية .	3
	مراجعة عامة ونهائية	3
	المجموع	40

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	يتعرف الطالب على مفهوم وأهمية ومزايا التسويق الإلكتروني والمفاهيم الحديثة في مجال التسويق الإلكتروني	المحاضرة	المحاضرة عرض – Data Show - الأوراق والأبحاث

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.2			
1.3			
...			
2.0	المهارات		
2.1	يصمم المزيج التسويقي الإلكتروني المناسب لمنظمة الأعمال	دراسة حالات	المناقشات
2.2	يقسم الأسواق الإلكترونية، ويختار القطاعات السوقية الإلكترونية المستهدفة بشكل علمي	الأدوار الإدارية	
2.3			
...			
3.0	القيم		
3.1	يتواصل مع الآخرين بكفاءة	المحاكاة	تقديم العروض
3.2			
...			

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	المشاركة والواجبات والتكليفات	15-1	20%
٢	الاختبار الدوري	7	20%
٣	الاختبار النهائي	16	60%
٤			
٥			
٦			
٧			
٨			

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

تواجد أعضاء هيئة التدريس لتقديم النصح والمشورة للطلاب
• وضع جداول المحاضرات والساعات المكتبية على مكتب عضو هيئة التدريس
• تواصل الطلاب مع عضو هيئة التدريس عن طريق البريد الإلكتروني والهاتف .

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

المراجع الرئيس للمقرر	- د. يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني : عناصر المزيج الترويجي عبر الإنترنت (الأردن : دار وائل للنشر ، ٢٠٠٤
المراجع المساندة	د. عبد الله فرغلي علي ، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني (القاهرة : ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧
المصادر الإلكترونية	-www.emarketing-strategies.com/emarketing.html -ezinearticles.com/?eMarketing-Basics&id=114811 www.promarketingonline.com/Training/E-Marketing-Training.pdf-
أخرى	المكتبة الرقمية

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

ز. تقييم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	أعضاء هيئة التدريس	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم	قيادات البرنامج	المقابلات
مصادر التعلم	الطلاب	المقابلات
الخدمات	الطلاب	استطلاعات الرأي

مجالات التقييم (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 هـ الموافق ١٤٤٣/٤/١٧	تاريخ الجلسة