

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	التسويق الالكتروني
رمز المقرر:	602427-3
البرنامج:	التسويق
القسم العلمي:	التسويق
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الطائف

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 4
1. الوصف العام للمقرر: 4
2. الهدف الرئيس للمقرر 4
3. مخرجات التعلم للمقرر: 4
- ج. موضوعات المقرر 4
- د. التدريس والتقييم: 5
1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 5
2. أنشطة تقييم الطلبة 5
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 5
- و - مصادر التعلم والمرافق: 6
1. قائمة مصادر التعلم: 6
2. المرافق والتجهيزات المطلوبة: 6
- ز. تقويم جودة المقرر: 6
- ح. اعتماد التوصيف 6

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة:
2. نوع المقرر
أ. <input type="checkbox"/> متطلبات جامعة <input type="checkbox"/> متطلبات كلية <input checked="" type="checkbox"/> مطلوب قسم <input type="checkbox"/> أخرى
ب. <input type="checkbox"/> اختياري <input checked="" type="checkbox"/> إجباري
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر السنة الثالثة المستوي الخامس
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) : مبادئ التسويق 3-602201
5. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت) : لا يوجد

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	3	100%
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

7. ساعات التعلم الفعلية للمقرر (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
1	محاضرات	45
2	معمل أو إستوديو	—
3	دروس إضافية	—
4	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	45
ساعات التعلم الأخرى*		
1	ساعات الاستذكار	45
2	الواجبات	15
3	المكتبة	10
4	إعداد البحوث/ المشاريع	10
5	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	125
	(الإجمالي 125 ساعة تعلم)	

* هي مقدار الوقت المستمر في النشاطات التي تسهم في تحقيق مخرجات التعلم للمقرر، ويشمل ذلك: جميع أنشطة التعلم، مثل: ساعات الاستذكار، إعداد المشاريع، والواجبات، والعروض، والوقت الذي يقضيه المتعلم في المكتبة

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

<p>1. الوصف العام للمقرر:: يتناول مفهوم وأهداف كل من الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني وأوجه الاختلاف بينهم ، عناصر المزيج التسويقي الالكتروني والمتمثلة في تخطيط المنتج الالكتروني ، التسعير الالكتروني وغيرها من العناصر الأخرى المستحدثة ، كذلك مفهوم وأنواع الأسواق الالكترونية</p>
<p>2. الهدف الرئيس للمقرر</p> <ul style="list-style-type: none"> • تزويد الطالب بأحدث ما وصل إليه الفكر التسويقي الالكتروني من مبادئ ومفاهيم وأسس فلسفية وتطبيقية . • الإلمام بعناصر المزيج التسويقي الالكتروني . • التعرف على شبكة المعلومات الدولية ، وتكنولوجيا المعلومات كأدوات تسويقية ، واكتساب مهارات تشغيلها وتوظيفها لتحقيق أهداف المنظمة . • الوقوف على الفرص الفريدة والتميزة والتحديات المرتبطة بالتسويق الالكتروني بهدف تحسين تنفيذ الإستراتيجية التسويقية على المستوى الكلي

3. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعارف
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 الالكترونية ، ويختار القطاعات السوقية الالكترونية المستهدفة بشكل علمي
3م	2.3 يتواصل مع العملاء الكترونيا للتعرف على حاجاتهم ورغباتهم
	2...
	3 الكفاءات
1ك	3.1 يتواصل مع الآخرين بكفاءة
	3.2
	3.3
	3...

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل إلى الأعمال الالكترونية	3
2	التجارة الإلكترونية	3
3	التسويق الإلكتروني : المفهوم والمزايا	6
4	المنتج الإلكتروني	3
5	التسعير الإلكتروني	3
6	التوزيع الإلكتروني	6
7	الترويج الإلكتروني	6
8	تصميم الموقع الإلكتروني	6
9	الأمن الإلكتروني – المجتمعات الافتراضية	3
10	خدمة العملاء – التخصيص – الخصوصية .	3
11	مراجعة عامة ونهائية	3

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعارف		
1.1	يتعرف الطالب على مفهوم وأهمية ومزايا التسويق الإلكتروني والمفاهيم الحديثة في مجال التسويق الإلكتروني .	المحاضرة	المحاضرة عرض - Data Show - الأوراق والأبحاث
1.2			
...			
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	الادوار الادارية	
...			
3.0	الكفاءات		
3.1	التواصل مع الآخرين بكفاءة	المحاكاة	تقديم العروض
3.2			
...			

2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	المشاركة والواجبات والتكليفات	1-15	20%
2	الإختبار الدوري	7	20%
3	الإختبار النهائي	16	60%
4			
5			
6			
7			
8			

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

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

و - مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	- د. يوسف احمد أبو فارة ، التسويق الالكتروني : عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت (الاردن : دار وائل للنشر ، 2004
المراجع المساندة	د. عبدالله فرغلي علي ، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني (القاهرة : ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع ، 2007)
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

2. 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)	لا يوجد

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	اعضاء هيئة التدريس	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	قيادات البرنامج	المقابلات
مصادر التعلم	الطلاب	المقابلات
الخدمات	الطلاب	استطلاعات الرأي

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	قسم التسويق
رقم الجلسة	8
تاريخ الجلسة	1440/7/6

