

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	الاتصالات التسويقية المتكاملة
رمز المقرر:	٦٠٢٤٢٠-٣
البرنامج:	التسويق
القسم العلمي:	التسويق
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الطائف

المحتويات

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر:

٢. الهدف الرئيس للمقرر

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

ج. موضوعات المقرر

د. التدريس والتقييم:

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

٢. أنشطة تقييم الطلبة

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

ز. تقويم جودة المقرر:

ح. اعتماد التوصيف

٣

٤

٤

٤

٤

٤

٤

٤

٥

٥

٥

٥

٦

٦

٦

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

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

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٣ ساعات	١٠٠%
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

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

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
١	محاضرات	٤٥ ساعة
٢	معمل أو أستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	٤٥ ساعة
ساعات التعلم الأخرى*		
١	ساعات الاستذكار	٤٥
٢	الواجبات	١٥
٣	المكتبة	١٠
٤	إعداد البحوث	١٠
٥	عروض تقديمية	-
	الإجمالي	١٢٥ ساعة فعلية

* 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:

١. الوصف العام للمقرر: يتضمن المقرر المفاهيم الأساسية للاتصالات التسويقية المتكاملة ، أدوات الاتصال بالجمهور والعملاء ، كيفية تخطيط الحملات الترويجية والإعلانية ، 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
	1 المعارف
١ع	1.1 أن يحدد الطالب أدوات الاتصال التسويقي بالعملاء والجمهور
	2 المهارات
١م	2.1 أن يقارن الطالب بين أدوات الاتصالات التسويقية وظروف استخدام كل منها
١م	2.2 أن يقيم الطالب مدى توافر الأسس العلمية للحملة الترويجية لشركة أو مؤسسة قائمة بالفعل
	3 الكفاءات
٢ك	3.1 أن يشارك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	نموذج الاتصالات التسويقية	٣
٢	سلوك المستهلك ودوره في الاتصالات التسويقية	٣
٣	مفاهيم مبدئية في الإعلان	٣
٤	كيف تعد الرسالة الإعلانية الفعالة	٣
٥	وسائل نشر الإعلانات	٣
٦	تخطيط الحملة الترويجية	٣
٧	مواصفات وواجبات رجل البيع	٣
٨	ماذا يجب أن يعرف رجل البيع المتميز	٣
٩	تنشيط المبيعات	٦
١٠	كيف تعد وتتعامل مع المعارض	٣
١١	التسويق المباشر- مفاهيم أولية	٣
١٢	قرارات التسويق المباشر	٣
١٣	التسويق عبر الانترنت	٣
١٤	العلاقات العامة والنشر	٣
	المجموع	٤٥ ساعة

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعارف		
1.1	أن يحدد الطالب أدوات الاتصال التسويقي بالعملاء والجمهور	المحاضرات المناقشات	الاختبارات
2.0	المهارات		
2.1	أن يقارن الطالب بين أدوات الاتصالات التسويقية	المناقشات	عروض شفوية

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.2	وظروف استخدام كل منها	العصف الذهني	عروض تقديمية
	أن يقيم الطالب مدى توافر الأسس العلمية للحملة الترويجية لشركة أو مؤسسة قائمة بالفعل		
3.0	الكفاءات		
3.1	أن يشارك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية	التكليفات الجماعية	العروض التقديمية التقارير

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	اختبار دوري	٧	٢٠%
٢	المشاركة والواجبات والأنشطة الصفية	١٥-١	٢٠%
٣	الاختبار النهائي	١٦	٦٠%

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

<ul style="list-style-type: none"> - التواصل مع الطلاب في الساعات المكتبية. - إرسال رسائل نصية أو بريد الكتروني لتقديم الدعم والإرشاد. - تفعيل البلاك بورد للتعلم الإلكتروني بالجامعة في الاستشارات والإرشاد الأكاديمي للطلاب.

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

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

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات تدريس مناسبة ومجهزة بالمرافق اللازمة لنجاح عملية التدريس.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	أجهزة عرض إلكتروني Data Show Projectors جهاز حاسوب
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	-

ز. تقويم جودة المقرر:

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

جهة الاعتماد	مجلس قسم التسويق
رقم الجلسة	٨
تاريخ الجلسة	٦ / ٧ / ١٤٤٠ هـ