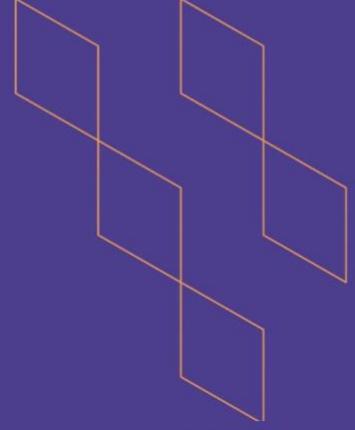




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة
رمز المقرر: 206 نسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: قسم التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: كلية إدارة الأعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 23-8-1445 هـ



جدول المحتويات

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



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

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: (المستوى الأول)

4. الوصف العام للمقرر:

يتناول هذا المقرر مقدمة في الاتصالات التسويقية مفهومها وعناصر المزيج التسويقي ومزاياها ومعوقات وسلبيات استخدامها، والاتصالات التسويقية والمسؤولية الاجتماعية و، وميزانية الاتصالات التسويقية.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر:

(لا توجد)

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر

101-تسق-3

7. الهدف الرئيس للمقرر

إكساب الطالب فهم وتطبيق الاتصالات التسويقية والمزيج التسويقي بأنواعه مثل البيع الشخصي والإعلان وتنشيط المبيعات والعلاقات العامة والنشر التجاري والتسويق المباشر واستراتيجياته وتطوير المهارات الابتكارية في تنشيط المبيعات واستشارات في ميدان العلاقات العامة والتعامل مع الجماهير وحلول مواجهة اعتراضات العملاء وعمل ميزانية للاتصالات التسويقية في الشركة وتدريب الطالب على إنشاء فرق العمل لتنمية مهارات الاتصال.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	45	%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	45	%100
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
الإجمالي		45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف: المفاهيم الأساسية في الاتصالات التسويقية المتكاملة.	1ع	المحاضرات – العصف الذهني والمناقشة والحوار – التعلم الذاتي – عروض تقديمية	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يذكر : عناصر الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة وخصائص الاتصالات التسويقية والإعلان والنشر التجاري و أهداف العلاقات العامة و أهداف ترويج المبيعات و عيوب و مزايا تنشيط المبيعات و وسائل الاتصال التسويقي و معوقات الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة ... الخ.	3ع	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني – الحوار – المناقشة – عروض تقديمية – اسلوب حل المشكلات	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق: إستراتيجيات التسويق المباشر والمهارات الابتكارية في تنشيط المبيعات في المجالات المرتبطة بالاتصالات الرقمية التسويقية المتكاملة	1م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يحلل : المداخل والاتجاهات المختلفة في مجالات الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة	2م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء كان قياديا أو عضوا فيه.	1ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	يظهر الطالب القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كان ذلك بشكل فردي او ضمن فريق.	ق2	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.3	يلتزم الطالب بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	ق3	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الفصل الأول: مدخل إلى الاتصالات	6
2	الفصل الثاني: الاتصالات التسويقية، الأسس و المفاهيم	6
3	الفصل الثالث: الترويج وعملية الاتصال	3
4	الفصل الرابع: الاتصالات التسويقية المتكاملة	6
5	الفصل الخامس : الاتصالات التسويقية وبيئة التسويق وسلوك المستهلك وأخلاقيات العمل	3
6	الفصل السادس : البيع الشخصي	6
7	الفصل السابع: الإعلان	3
8	الفصل التاسع : تنشيط المبيعات	3
9	الفصل العاشر: العلاقات العامة	3
10	الفصل الحادي عشر: النشر التجاري	3
11	الفصل الثاني عشر: التسويق المباشر	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار فصلي	الأسبوع الثامن	30%
2	الواجبات والتكليفات	طوال الفصل الدراسي	20%
3	اختبار تحريري نهائي	يحدد من إدارة القبول والتسجيل	50%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	الاتصالات التسويقية , د علي فلاح الزعبي , دار المسيرة للنشر والتوزيع , ط 2020 , عمان , الأردن .
المراجع المساندة	الاتصالات التسويقية والترويج, ثامر البكري , دار الحامد للنشر والتوزيع , ط 2015 , عمان , الأردن.
المصادر الإلكترونية	1- رابط المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx 2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfnl.gov.sa
أخرى	مواد تعليمية أخرى مثل البرامج المعتمدة على الحاسب الآلي/الأسطوانات المدمجة والمعايير المهنية أو اللوائح التنظيمية والبرمجيات.

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالب
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	طابعة وسبورة مع أقلام وماسحة سبورة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	مباشر: الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانات الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة.
فاعلية طرق تقييم الطلاب	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط والمناهج	مباشر: الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل اتساق أسئلة الاختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الاختبارية).
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	غير مباشر: عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل.



طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
	مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	أخرى

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

