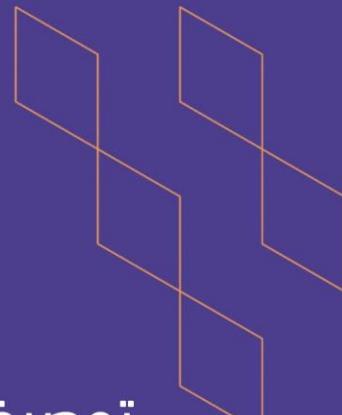


2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي — (بكالوريوس) —

اسم المقرر: الاتصالات التسويقية المتكاملة

رمز المقرر: 1721تسق-3

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: الطبية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: TP-153-2024

تاريخ آخر مراجعة: 1445 / 1 / 12 هـ



جدول المحتويات

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





أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: (.....3 ساعات.)

3 ساعات

2. نوع المقرر

<input type="checkbox"/> أخرى	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	A
		<input type="checkbox"/> اختياري	<input type="checkbox"/> اختياري		B

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (..... السنة الثانية/ المستوى الثالث..)

4. الوصف العام للمقرر

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الاتصال التسويقي وعناصره والعمليات ذات الصلة به بحيث يمتلك الطالب من خلالها مهارات تمكنه من التخطيط لحملات الاتصال التسويقي وتنفيذها وإدارتها وتقديمها. بما في ذلك حملات تشويط المبيعات والاعلان والبيع الشخصي والمعارض والبيع والتسويق المباشر والعلاقات العامة والمارسات الأخلاقية في الاتصالات التسويقية المتكاملة بجانب تدريب تطبيقي في حملات تشويط المبيعات والبيع الشخصي والاعلان

5-المطلبات السابقة لهذا المقرر(إن وجدت)

مقدمة في التسويق 161 ترقى-3

6-المطلبات المترادفة مع هذا المقرر(إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

- فهم كيفية دمج العناصر الرئيسية ضمن مزيج الاتصالات التسويقية (مثل الإعلان والترويج والتسويق المباشر)
 - إظهار فهم واضح لمصطلحات ومفاهيم ومهارات الاتصالات التسويقية المتكاملة (IMC)
 - فهم كيفية تناسب عملية الاتصالات مع سلوك المستهلك مع التركيز على عملية صنع القرار الشرائي للمستهلك.
 - اكتساب الخبرة العملية في إنشاء حملة إعلانية، وبيان صحفى، وكيفية ترويج المبيعات، وعناصر أخرى من المزيج الترويجي.
- تطوير خطة ترويجية فريدة لشركة حقيقة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	المجموع	التعليم عن بعد	التعليم الإلكتروني	التعليم المدمج	التعليم التقليدي	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1					تعليم التقليدي		
2					التعليم الإلكتروني		
3					التعليم التقليدي	30	67%
4					التعليم الإلكتروني		
5					التعليم التقليدي	15	33%
					المجموع	45	100%





3. الساعات التدريبية (على مستوى الفصل الدراسي)

النسبة	ساعات التعلم	النشاط	م
67%	$30 = 15 \times 2$	محاضرات	1
		معلم أو إستوديو	2
		ميداني	3
		دروس إضافية	4
33%	$15 = 15 \times 1$	أخرى (تطبيقي)	5
100%	45	الإجمالي	

ب. نوافذ التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسيها وطرق تقييمها:

طرق التقييم	استراتيجيات التدريس	رمزناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	نوافذ التعلم	الرمز
المعرفة والفهم				1.0
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	ع-3-1	يعرف المفاهيم والمبادئ العامة لالاتصالات التسويقية المتكاملة	1.1
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	1		1.2
المهارات				2.0
<ul style="list-style-type: none"> ■ مقياس سلام التقدير ■ كتابة التقارير ■ التقييم بالمشاريع العلمية ■ التقييم القائم على المناقشات ■ الاختبارات العملية ■ الواجبات التطبيقية ■ البحث 	اسلوب المناقشة وال الحوار / اسلوب حل المشكلات / اسلوب البيان العلمي / اسلوب ورش العمل / الانشطة الجماعية / التعليم التعاوني / اسلوب دراسة الحالة	M-1	يقارن الطالب بين أدوات الاتصالات التسويقية وظروف استخدام كل منها	2.1
		M-2	يقيم الطالب مدى توافر الأسس العلمية لحملة الترويجية لشركة أو مؤسسة قائمة بالفعل	2.2
التقييم بالمشاريع العلمية				...
القيم والاستقلالية والمسؤولية				3.0
<ul style="list-style-type: none"> ■ بطاقة الملاحظة 	الانشطة الفردية والجماعية	P-1-Q	يتصرف بمسؤولية تجاه المواقف	3.1
		P-2-Q	يشترك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية	3.2
				...





ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
3	اساسيات التسويق والاتصالات التسويقية	1
3	نموذج الاتصالات التسويقية المتكاملة	2
4	سلوك المستهلك ودوره في اعداد الاتصالات التسويقية المتكاملة	3
3	الإعلان الفعال كيف تصل الى عقول ومشاعر العملاء	4
3	البيع الشخصي	5
4	تنشيط المبيعات	6
4	التسويق المباشر	7
3	العلاقات العامة	8
3	الأخلاقيات والاتصالات التسويقية	9
30	المجموع	
1	تدريب عملى للتعرف على مدى تعرف الطالب على اساسيات الاتصالات التسويقية	10
2	حلقة نقاش حول كيف تعد الرسالة الاعلانية الفاعلة	11
1	دراسة حالة عن دور سلوك المستهلك في الاتصالات التسويقية	12
1	عروض تقديمية عن اعداد الحملة الترويجية	13
2	ورشة عمل لمناقشة التسويق عبر الانترنت	14
2	دراسة حالة عن العلاقات العامة والنشر	15
1	حلقة نقاشة مع أحد رجال البيع الناجحين بالمنطقة	16
1	تدريب تطبيقي عن تنشيط المبيعات	17
2	عروض تقديمية عن مواصفات وواجبات رجال البيع	18
2	حالات دراسية عن التسويق المباشر	19
15	المجموع	
45	المجموع	





د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقييم تطبيقي	الثاني	%10
2	تقييم تطبيقي	الرابع	%10
3	الاختبار الفصلي	الثامن	%20
4	تقييم تطبيقي	الناسع	%10
5	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	%50
	المجموع		%100

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المراجع المساعدة	المراجع الرئيس للمقرر
الاتصالات التسويقية المتكاملة، هشام احمد خريشات وعلي فلاح معلم-دارة الكتاب الجامعي، المراجعة الإضافية) الدوريات العلمية، التقارير ، المواد الالكترونية المتوفّرة على الإنترنّت في الواقع المختلفة أو أشرطة أو CD أو الفيديو أو غيرها	طلعت أسعد عبد الحميد، الاتصالات التسويقية المتكاملة: طريقك المباشر إلى قلب وفك العميل الطبعة الخامسة 2022م
المصادر الإلكترونية	المراجع المساعدة
موقع تعليمي آخر مثل موقع اليوتيوب	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية	قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) مع سبورة ذكية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
التجهيزات التقنية	معلم لأتمتة الاعمال (Business Lab) مجهز بأجهزة حاسب ومربوط بشبكة الإنترنّت (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	توصيلات كهربائية للاستخدام عند الضرورة

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	الاستبانات





طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقويم
الملاحظة المباشرة/ مراجعة النظير/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل	اعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات/ النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات	اعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	مصادر التعلم
رأي الخبراء/ الاستبانات/ ورش العمل	لجنة التخطيط والمناهج/الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس	مدى تحصيل مخرجات التعليم للمقرر
الاستبانات/ بطاقة الملاحظة	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	أخرى

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

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جنة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	00007 - 0099 - 14430903
تاريخ الجلسة	12:30 04 / 04 / 2022 م

