

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي — (بكالوريوس) —

اسم المقرر: اساسيات التسويق الرقمي

رمز المقرر: 262 ترقى-3

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: TP-153-2024

تاريخ آخر مراجعة: 1445/01/09 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)

الساعات المعتمدة: 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	<input type="checkbox"/> أ
		<input type="checkbox"/> اختياري	<input type="checkbox"/> إجباري		<input checked="" type="checkbox"/> بـ

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

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق الرقمي وكيفية استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال عالمية واتجاه حديث في الأعمال التجارية. بغرض ربط المؤسسات أو الشركات أو المنظمات مع شريحة واسعة من جمهورها عبر استخدام القنوات الرقمية المختلفة للترويج لسلعها وخدماتها بهدف البيع وتوسيع نشاطها التجاري وتعزيز تواجده على الانترنت، ويعرض هذا المقرر مقدمة لموضوعات التسويق الرقمي مثل التخطيط لاستراتيجية النشاط التجاري الإلكتروني وكيفية البدء فيه، وتعريف العملاء بالنشاط التجاري وسبل تمكنهم من الحصول عليه على الانترنت باستخدام نتائج محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلانية عبر الأجهزة الجوالة واستخدام البريد الإلكتروني، بجانب تتبع حركة زوارات العملاء للويب وقياسها وبيع المنتجات والخدمات وتوسيع النشاط التجاري ونجاحه محلياً وعالمياً.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):

مقدمة في التسويق 161 ترقـ 3

6- المتطلبات المترادفة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر لتعريف الطالب بأهمية الانترنت لتسويق الأنشطة التجارية، وبعناصر استخدام التسويق الإلكتروني. واهم استراتيجيات التسويق الإلكتروني والتسويق عبر محركات البحث ودور التسويق عبر الإيميل والعلاقات العامة مع العملاء ومن ثم الإعلان الرقمي واساليب اشهار العلامة التجارية في التسويق الإلكتروني والاعلام الاجتماعي، وأهمية الواقع الإلكتروني في إظهار النشاط التجاري على الانترنت وانجاحه.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

النسبة	عدد الساعات التدريسية	نمط التعليم	م
		تعليم التقليدي	1
		التعليم الإلكتروني	2
		التعليم المدمج	
%67	30	• التعليم التقليدي	3
		• التعليم الإلكتروني	
%33	15	تطبيقي	
%100	45	المجموع	





3. الساعات التدريبية (على مستوى الفصل الدراسي)

النسبة	ساعات التعلم	النشاط	م
%67	30	محاضرات	1
		معمل أو إستوديو	2
		ميداني	3
		دروس إضافية	4
%33	15	تطبيقي	5
%100	45	الإجمالي	

ب. نوافذ التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسيها وطرق تقييمها:

طرق التقييم	استراتيجيات التدريس	رمزنات التعلم المرتبطة بالبرنامج	نوافذ التعلم	الرمز
المعرفة والفهم				1.0
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سيناريات	ع-3	يعرف المفاهيم الأساسية للتسويق الإلكتروني وأهم الفرص والتحديات التي تواجهه	1.1
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سيناريات	ع-3	يوضح مختلف خيارات التواجد على شبكة الإنترنت وميزاتها	1.2
الاختبارات والواجبات	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سيناريات	ع-3	يشرح أساسيات وعناصر جذب وفعالية المواقع الإلكترونية للشراء عبر الانترنت	1.3
المهارات				2.0
<ul style="list-style-type: none"> ■ مقياس سالم التقدير ■ كتابة التقارير ■ التقييم بالمشاريع العلمية ■ التقييم القائم على المناقشات ■ الاختبارات العملية ■ الواجبات التطبيقية ■ البحث 		M-1م	يمارس وظائف التسويق الرقمي مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق عبر البريد الإلكتروني، الإعلان عبر الانترنت، وتحسين محركات البحث	2.1
<ul style="list-style-type: none"> ■ الانشطة الفردية والجماعية ■ بطاقة الملاحظة 		ف-3	يستخدم الوسائل الحديثة في التواصل بفاعلية مع العملاء والزبائن	2.2
القيم والاستقلالية والمسؤولية				3.0
<ul style="list-style-type: none"> ■ الانشطة الفردية والجماعية ■ بطاقة الملاحظة 		M-1ف	يتعامل بنزاهة وصدق وأمانة وشفافية في التعاملات التجارية الإلكترونية	3.1





ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريبية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
4	مفهوم التسويق الرقمي والخطوات الأولى نحو خلق فرصة لتوارد النشاط التجاري ونجاحه على الانترنت.	1
2	التخطيط لاستراتيجية النشاط التجاري على الانترنت.	2
4	تمكين الآخرين من العثور على النشاط التجاري على الويب بسهولة من خلال نتائج البحث. واستخدام نتائج البحث لتحسين الحملات الاعلانية وتحقيق النجاح بشكل كامل.	3
2	الوصول إلى جمهور أكبر في النطاق المحلي أو على وسائل التواصل الاجتماعي أو على الأجهزة الجوالة.	4
4	تعريف المجتمع المحلي بالنشاط التجاري. ومساعدة العملاء المحليين في إيجاد النشاط على الانترنت.	5
4	إظهار النشاط التجاري على شبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز المعرفة بشبكات التواصل الاجتماعي واستكشاف الفرص التي تتيحها الأجهزة الجوالة.	6
4	الوصول إلى مزيد من العملاء باستخدام الوسائل الاعلانية كالبريد الالكتروني والاعلانات الصورية ومحظى الفيديو والموقع الأخرى.	7
2	تتبع حركة زيارات الويب وقياسها باستخدام الإحصاءات وتحويل البيانات إلى إحصاءات.	8
2	بيع المنتجات والخدمات على الانترنت وزيادة المبيعات.	9
2	توسيع انتشار النشاط التجاري عالمياً	10
30	المجموع	
2	تدريب تطبيقي في وضع الخطوات الأولى لتعزيز تواجد النشاط على الانترنت	11
2	تدريب تطبيقي على وضع استراتيجية لتسويق النشاط التجاري على الانترنت	12
2	تدريب تطبيقي على استخدام إعلانات نتائج البحث في تحسين الحملات الاعلانية	13
1	عرض تقديمي بطرق تعريف المجتمع المحلي بالنشاط الالكتروني	14
2	تدريب تطبيقي حول كيفية إظهار النشاط التجاري على شبكات التواصل الاجتماعي	15
1	ورقة عمل عن استكشاف الفرص التي تتيحها الأجهزة الجوالة واستخدامها	16
2	تدريب تطبيقي على الاتصال عبر البريد الالكتروني	17
1	عرض تقديمي عن الاستفادة من محظى الفيديو	18
1	ورقة عمل عن كيفية زيادة المبيعات على الانترنت وتوسيع النشاط التجاري عالمياً	19
15	المجموع	
45	المجموع الكلي	





د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقييم تطبيقي	الثاني	%5
2	تقييم تطبيقي	الرابع	%5
3	الاختبار الفصلي	الثامن	%30
4	تقييم تطبيقي	التاسع	%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	المصادر الإلكترونية	المراجع الرئيس للمقرر
■ أسرار التسويق الرقمي، ابراهيم العبود- دار وجوه للنشر والتوزيع 2020م	https://learndigital.withgoogle.com/maharatgoogle/course/digital-marketing	اساسيات التسويق الرقمي - محمود علي جابر 2019م
الشقرى 2019م		■ التسويق الرقمي استراتيجيات التسويق في عصر الثورة الرقمية، طلعت أسعد عبد الحميد- مكتبة
		موقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية	قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) مع سبورة ذكية (قاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
التجهيزات التقنية	معلم لأتمتة الاعمال (Business Lab) مجهز بأجهزة حاسب ومربوط بشبكة الانترنت
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
الملحوظة 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:



جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الادارية
رقم الجلسة	00007 - 0099 - 14430903
تاريخ الجلسة	12:30 04/04/2022

