

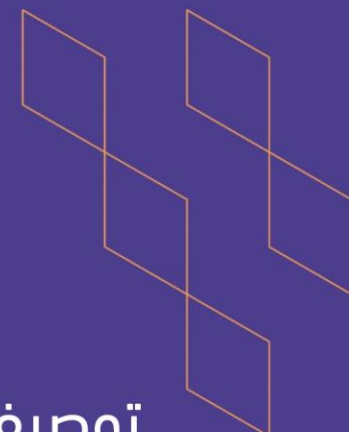
2024
TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



اسم المقرر: اساسيات التسويق الرقمي
رمز المقرر: 262 تسق-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

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 4
- ج. موضوعات المقرر 5
- د. أنشطة تقييم الطلبة 6
- 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)

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: (السنة الثانية/ المستوى الرابع)

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق الرقمي وكيفية استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال عالمية وكاتجاه 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 الإنترنت، ويعرض هذا المقرر مقدمة لموضوعات التسويق الرقمي مثل التخطيط لاستراتيجية النشاط التجاري الإلكتروني وكيفية البدء فيه، وتعريف العملاء بالنشاط التجاري وسبل تمكينهم من الوصول إليه على الإنترنت باستخدام نتائج محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الاعلانية عبر الأجهزة الجواله واستخدام البريد الإلكتروني، بجانب تتبع حركة زيارات العملاء للويب وقياسها وبيع المنتجات والخدمات وتوسيع النشاط التجاري ونجاحه محلياً وعالمياً.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):

مقدمة في التسويق 161 تسق- 3

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

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

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

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

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

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

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رموز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف المفاهيم الأساسية للتسويق الإلكتروني وأهم الفرص والتحديات التي تواجهه	ع-3M	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
1.2	يوضح مختلف خيارات التواجد على شبكة الإنترنت وميزاتها	ع-3M	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
1.3	يشرح اساسيات وعناصر جذب وفعالية المواقع الالكترونية للشراء عبر الانترنت	ع-3M	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سماعات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يمارس وظائف التسويق الرقمي مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق عبر البريد الإلكتروني، الإعلان عبر الإنترنت، وتحسين محركات البحث	م-1M	اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	<ul style="list-style-type: none">مقياس سلالم التقديركتابة التقاريرالتقييم بالمشاريع العلميةالتقييم القائم على المناقشاتالاختبارات العمليةالواجبات التطبيقيةالبحوث
2.2	يستخدم الوسائل الحديثة في التواصل بفاعلية مع العملاء والزبائن	ق-3M		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التجارية الالكترونية	ق-1M	الانشطة الفردية والجماعية	<ul style="list-style-type: none">بطاقة الملاحظة



ج. موضوعات المقرر

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

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 وغيره).

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	اساسيات التسويق الرقمي -محمود علي جابر 2019م
المراجع المساندة	■ أسرار التسويق الرقمي، ابراهيم العبود- دار وجوه للنشر والتوزيع 2020م التسويق الرقمي استراتيجيات التسويق في عصر الثورة الرقمية، طلعت أسعد عبد الحميد- مكتبة الشقري 2019م
المصادر الإلكترونية	https://learndigital.withgoogle.com/maharatgoogle/course/digital-marketing
أخرى	مواقع تعليمية أخرى مثل موقع اليوتيوب

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	الاستبيانات

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

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 م