



T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: إدارة العلاقات التسويقية
رمز المقرر: 354 تسق-2
البرنامج: برنامج التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: قسم التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: كلية العلوم الإدارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 1445-2-18





## المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي				
1. الساعات المعتمدة:		2 ساعة معتمدة		
2. نوع المقرر				
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب.	إجباري	اختياري	√	
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		الخامس		
4. الوصف العام للمقرر يقوم مقرر إدارة العلاقات التسويقية على تقديم فكرة شاملة عن استراتيجيات وتطبيقات إدارة علاقات العملاء عن طريق تصميم قاعدة بيانات مفصلة عن العميل و آليات إقامة علاقات طويلة الأمد بهدف الحفاظ على العملاء و خلق حالة من الولاء للمؤسسة للحفاظ على العملاء الحاليين واكتساب عملاء جدد وأيضا تحقيق التميز أمام المنافسين.				
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد				
7. الهدف الرئيس للمقرر يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بإدارة العلاقات التسويقية وأهميتها وأهمية لاستمرارية المؤسسة من خلال إعطاء فكرة شاملة عن العملاء وأنواعهم وكيفية التعامل معهم، وأن يفهم الطالب ثقافة ومنهج خدمة العملاء وأن يدرك الطالب أن نجاح مؤسسات الخدمات وتميزها يتوقف على مدى جودة الخدمة وعملية تقديمها وبالتالي رضا العميل.				

### 1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	30 ساعة	100 %
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

### 2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30 ساعة	100 %
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	30 ساعة	100 %

## ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف: يتعرف على : المهارات التسويقية المرتبطة بالمقرر	1ع	-المحاضرات النظرية -العصف الذهني	-الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية)
1.2	يوضح: المفاهيم الأساسية والمصطلحات المتعلقة بمواضيع إدارة علاقات العملاء وأنواع العملاء.	2ع	-الواجبات المنزلية الفردية	
1.3	يذكر: أهمية التفاعل بين العملاء ومقدمي الخدمة من جهة والبقاء على تواصل معهم من جهة أخرى	3ع		
1.4	يشرح: آليات توثيق مشاكل العملاء والتعامل معها	4ع		
2.0	المهارات			
2.1	يحدد : أسباب و عوامل نجاح مؤسسات الخدمات و تميزها و معايير الجودة في هذه المؤسسات	1م	-المحاضرات النظرية -العصف الذهني	-الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية)
2.2	يحلل : أساسيات إدارة التسويق و الدور الرئيسي- الذي تلعبه الإدارة في المؤسسة من جهة، والمجتمع المحلي والدولي من جهة أخرى	2م	-الواجبات المنزلية الفردية	
2.3	يوضح: مقومات التواصل الناجح مع العملاء و الأنماط السلوكية للعملاء و كيفية التعامل معهم	3م		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يستخدم شبكة المعلومات والتقنية الحديثة لعرض الواجبات .	1ق	- التعلم الذاتي - التكاليفات	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يسأل شفها وكتابيا في مجال إدارة علاقات العملاء	2ق	- العمل من خلال فريق	
3.3	التفاعل والتعامل بإيجابية مع الهيئة الأكاديمية والأنشطة الطلابية المختلفة	3ق		

## ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في إدارة العلاقات التسويقية.	2
2	التسويق بالعلاقات.	4
3	إدارة علاقات العملاء.	4
4	علاقات العملاء.	4
5	إدارة البيانات	4
6	البيع وإدارة علاقات العملاء.	4
7	جودة الخدمة ورضا العملاء .	4
8	التعامل مع العملاء والشكاوى.	4
	المجموع	30

## د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي الأول	الأسبوع السادس	15%
2	الإختبار الفصلي الثاني	الأسبوع الثاني عشر	15%
3	الواجبات	طول الفصل الدراسي	20%
4	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	50%
...			

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

## هـ. مصادر التعلم والمرافق:

### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة العلاقات التسويقية – مدخل إدارة علاقات الزبائن، أ.د. فؤاد الشيخ سالم . أ.د. علي فلاح الزعبي , دار المسيرة للنشر و التوزيع 2020	المرجع الرئيس للمقرر
أ.د محمد إبراهيم عبيدات, "إدارة علاقات العملاء", امانة عمان الكبرى, عمان, الأردن. 2012.	المراجع المساندة
1- رابط المكتبة الرقمية السعودية <a href="https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx">https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx</a>	المصادر الإلكترونية
2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية <a href="https://www.kfni.gov.sa">https://www.kfni.gov.sa</a>	المصادر الإلكترونية
لا توجد	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

## و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيّمون	مجالات التقييم
مباشر	الطلاب	فاعلية التدريس
غير مباشر	عمادة القبول والتسجيل	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر	الطلاب وأعضاء هيئة التدريس	مصادر التعلم
مباشر	أستاذ المقرر	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر	عضو هيئة تدريس نظير	تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير
المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)). طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).		

## ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الإلكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة