



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة
رمز المقرر: 355 تسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: قسم التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: العلوم الإدارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18-2-1444 هـ





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:		3 ساعات معتمدة	
2. نوع المقرر			
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص
ب.	إجباري	اختياري	متطلب مسار
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السادس	
4. الوصف العام للمقرر يتناول هذا المقرر مقدمة في الاتصالات التسويقية مفهومها و عناصر المزيج التسويقي ومزاياها ومعوقات وساليب استخدامها ، والاتصالات التسويقية والمسؤولية الاجتماعية و ، وميزانية الاتصالات التسويقية .			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 350-تسق-3			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
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 العاقات العامة والتعامل مع الجماهير وحلول لمواجهة اعتراضات العملاء وعمل ميزانية للاتصالات التسويقية في الشركة وتدريب الطالب على إنشاء فرق العمل لتنمية مهارات الاتصال.			

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45	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	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 ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف: المفاهيم الأساسية في الاتصال والاتصالات التسويقية و المزيج التسويقي بأنواعه (البيع الشخصي- و الإعلان و تنشيط المبيعات و العلاقات العامة و النشر- التجاري و التسويق المباشر)	1ع	المحاضرة المناقشات الواجبات حالات تطبيقية تمارين عملية	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية تقييم الواجبات
1.2	يذكر: عناصر الاتصالات التسويقية المتكاملة و خصائص الاتصالات التسويقية و الإعلان و النشر- التجاري و أهداف العلاقات العامة و أهداف ترويج المبيعات	2ع		
1.2	يشرح : عيوب و مزايا تنشيط المبيعات و وسائل الاتصال التسويقي و معوقات الاتصالات التسويقية و دور الاتصالات التسويقية و المسؤولية الاجتماعية	3ع		
2.0	المهارات			
2.1	يطبق . استراتيجيات التسويق المباشر و المهارات الابتكارية في تنشيط المبيعات	1م	المحاضرة المناقشات الواجبات حالات تطبيقية تمارين عملية	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية تقييم الواجبات
2.2	يحلل: منافع عملية التسويق المباشرة و علاقة الاتصال بالمزيج التسويقي 4ps و عناصر المزيج التسويقي عبر شبكة الانترنت.	2م		
3.3	يقترح: استشارات في ميدان العاقات العامة و التعامل مع الجماهير و حلول لمواجهة اعتراضات العملاء	3م		



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.0	القيم و الإستقلالية و المسؤولية			
3.1	العمل ضمن فريق سوء كان قيادياً أو عضواً فيه	ق1	التعلم الذاتي التكليفات والواجبات السمنارات والعروض التقديمية	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كانت ذلك بشكل فردي وضمن فريق	ق2		
3.3	إظهار سلوك له علاقة بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين	ق3		

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الوحدة الأولى : مدخل إلى الاتصالات مفهوم الاتصالات و خصائص وأهمية الاتصال وأنواعه و مشكلات ومعوقات الاتصال .	3
2	الوحدة الثانية : الاتصالات التسويقية ، الأسس و المفاهيم تعريف وأهمية الاتصالات التسويقية وإشكالات الاتصالات التسويقية في الشركات و وسائل الاتصال التسويقية و علاقة الاتصال بعناصر المزيج التسويقي 4ps وعناصر مزيج الاتصالات التسويقية عبر شبكة الانترنت و معوقات الاتصالات التسويقية و وسائل الاتصال التسويقي.	6
3	الوحدة الثالثة :الاتصالات التسويقية المتكاملة مفهوم وعناصر الاتصالات التسويقية المتكاملة وخصائص ومميزات الاتصالات التسويقية المتكاملة وأسباب تزايد أهمية الاتصالات التسويقية المتكاملة وأهداف الاتصالات التسويقية المتكاملة وميزانية الاتصالات التسويقية.	6
4	الوحدة الرابعة : الاتصالات التسويقية وسلوك المستهلك وأخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية الاتصالات التسويقية والبيئة التسويقية والاتصالات التسويقية وسلوك المستهلك والاتصالات التسويقية وأخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية للاتصالات التسويقية	3
5	الوحدة الخامسة : البيع الشخصي الاحتياجات الأساسية لاكتساب مهارات البيع الشخصي- ومفهوم وأهمية البيع الشخصي- وتخطيط البيع الشخصي وخطوات العملية البيعية وطرق التغلب على الاعتراضات	3
6	الوحدة السادسة : الإعلان مفهوم وخصائص الإعلان والعوامل التي ساعدت على الاهتمام بالإعلان وفوائد الإعلان والأبعاد الاجتماعية والاقتصادية للإعلان ومجالات تقييم الإعلان.	3



6	7	الوحدة السابعة : تنشيط المبيعات مفهوم ترويج المبيعات ومزايا ترويج المبيعات وعيوب ترويج المبيعات وأهداف ترويج المبيعات وتنشيط المبيعات وتطوير المهارات الابتكارية.
6	8	الوحدة الثامنة : العلاقات العامة العلاقات العامة المفهوم والأهمية وأهداف العلاقات العامة ووظائف العلاقات العامة والاستشارات في ميدان العلاقات العامة والجماهير والرأي العام.
6	9	الوحدة التاسعة :النشر التجاري مفهوم النشر التجاري وخصائص ومزايا النشر التجاري وأوجه الاختلاف بين النشر التجاري والاعلان ووسائل النشر التجاري وأشكاله.
3	10	الوحدة العاشرة : التسويق المباشر مفهوم التسويق المباشر و مزايا وسلبيات التسويق المباشر و منافع عملية التسويق المباشر و استراتيجيات التسويق المباشر
45	المجموع	

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:

المرجع الرئيس للمقرر	الاتصالات التسويقية : مدخل منهجي و تطبيقي ، علي فلاح الزعي ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2020
المراجع المساندة	الاتصالات التسويقية و الترويج ، ثامر البكري ، دار الحامد والتوزيع ،2006
المصادر الإلكترونية	رابط المكتبة الرقمية السعودية: http://nu.edu.sa/pigitailibbry.aspx
أخرى	مواد تعليمية أخرى مثل البرامج المعتمدة على الحاسب الآلي/الأسطوانات المدمجة، والمعايير المهنية أو اللوائح التنظيمية والبرمجيات.

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية تتسع لـ 35 طالبة	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 أقلام وماسحة سبورة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر	عضو هيئة التدريس	نتائج الطلاب
غير مباشر	الطلاب	تقييم الطلاب للمقرر الدراسي والأداء التدريسي
غير مباشر	أرباب العمل	رضا أرباب العمل عن مخرجات تعلم البرنامج
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 الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة