



T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: الترويج الالكتروني والتقليدي
رمز المقرر: 350 تسق-3
البرنامج: التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية
الكلية: 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:		3 ساعات 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 يسعى هذا المقرر إلى توضيح التأثير المتزايد لتقنيات عناصر المزيج الترويجي (الإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات، والعلاقات العامة والدعاية) في عصر صارت فيه التقنيات مثل الإنترنت تلعب دوراً حاسماً في التأثير على رؤيتنا للأشياء من حولنا، ناهيك عن طبيعة المستهلكين الذين تستهدفهم النشاطات التسويقية المختلفة سواء كانت إلكترونية أم تقليدية، مع وجود مستهلكون إلكترونيون يعتمدون على الإنترنت كوسيلة ترويجية في كل شيء.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر التعرف على طبيعة ودور عناصر المزيج الترويجي ومراحل نشؤ تطور الإعلان التقليدي والالكتروني وتصميم وإخراج وتقييم الإعلان مع إكساب الطالب القدرة علي تحليل وتخطيط الحملة الإعلانية, وأهداف الإعلان التقليدي والالكتروني وتطبيقها في المجالات التسويقية العملية المختلفة.			

## 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: الترويج وعناصره، الإعلان والمزيج التسويقي والترويجي.	ع1-1س	- المحاضرة -العصف الذهني - الواجبات	الاختبار الفصلي الاختبار النهائي
1.2	يوضح: مراحل نشؤ وتطور الإعلان التقليدي والالكتروني	ع2-2س		
1.3	يذكر: المزيج التسويقي والترويجي وأنواع الإعلان.	ع3-1س		
1.4	يشرح: تخطيط الحملة الاعلانية, أهداف الإعلان التقليدي والالكتروني	ع4-2س		
2.0	المهارات			
2.1	يحلل: , إدارة الإعلان, وكالات الإعلان.	م1-1ر	- المحاضرة -العصف الذهني - الواجبات	الاختبار الفصلي الاختبار النهائي
2.2	يطبق: الاستراتيجية الابتكارية, وتقييم الإعلان.	م2-2ر		
2.3	يقترح: تصميم وإخراج الإعلان	م3-2ر		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	أن يتعامل مع الآخرين بفاعلية كتابيا وشفهيا في مجال التسويق.	ق1-1ت	التعليم الذاتي التكليفات العمل من خلال فريق	التكليفات الواجبات الملاحظة
3.2	أن يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل المشكلات التسويقية وقادرا علي المبادرة والابتكار	ق2-2ت		
3.3	يظهر سلوك له علاقة بالقيم لأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	ق1-1ت		

## ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الوحدة الأولى: الترويج وعناصره	3
2	الوحدة الثانية: البيع الشخصي	3
3	الوحدة الثالثة: تنشيط المبيعات	3
4	الوحدة الرابعة: مراحل نشؤ وتطور الإعلان التقليدي والالكتروني	6
5	الوحدة الخامسة: أهداف الإعلان التقليدي والالكتروني	3
6	الوحدة السادسة: الإعلان والمزيج التسويقي والترويجي	6
7	الوحدة السابعة: إدارة الإعلان	3
8	الوحدة الثامنة: وكالات الإعلان	3
9	الوحدة التاسعة: تخطيط الحملة الاعلانية	3
10	الوحدة العاشرة: وسائل الإعلان	3
11	الوحدة الحادية عشرة: الإستراتيجية الابتكارية	3
12	الوحدة الثانية عشرة: تصميم وإخراج الإعلان	3
13	الوحدة الثالثة عشرة: تقييم الإعلان	3
المجموع		45

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:

د. بشير عباس العلق، أساسيات وتطبيقات الترويج الإلكتروني والتقليدي دار اليازوري العلمية 2020.	المرجع الرئيس للمقرر
د. بشير عباس العلق، الترويج والإعلان التجاري، دار اليازوري العلمية 2013م	المراجع المساندة
رابط المكتبة الرقمية السعودية: <a href="http://nu.edu.sa/pigitailibbry.aspx">http://nu.edu.sa/pigitailibbry.aspx</a>	المصادر الإلكترونية
مواد تعليمية أخرى مثل البرامج المعتمدة على الحاسب الآلي/الأسطوانات المدمجة والمعايير المهنية أو اللوائح التنظيمية والبرمجيات.	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
<b>المرافق النوعية</b> (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ 35 طالبة
<b>التجهيزات التقنية</b> (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر
<b>تجهيزات أخرى</b> (تبعاً لطبيعة التخصص)	طابعة وسبورة مع أقلام وماسحة سبورة.

## و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيّمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	غير مباشر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	الإدارة	مباشر
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	أعضاء هيئة التدريس	مباشر
مصادر التعلم	الإدارة	مباشر
أخرى		

المقيّمون (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

