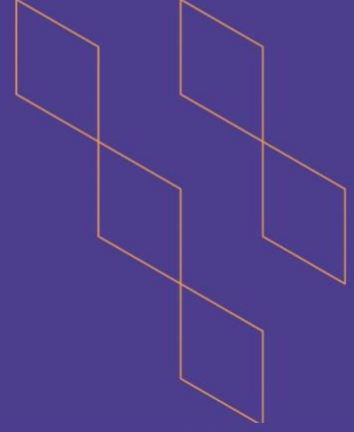




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: الترويج الالكتروني والتقليدي
رمز المقرر: 316 تسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية
الكلية: إدارة الأعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 1445-8-24 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)

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: (المستوى الخامس)

4. الوصف العام للمقرر

يسعى هذا المقرر إلى توضيح التأثير المتزايد لتقنيات عناصر المزيج الترويجي (الإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات، والعلاقات العامة والدعاية) على عملية البيع والشراء في عصر صارت فيه التقنيات مثل الإنترنت تلعب دوراً حاسماً في التأثير على رؤيتنا للأشياء من حولنا، كذلك التعرف على طبيعة المستهلكين الذين تستهدفهم النشاطات الترويجية المختلفة سواء كانت إلكترونية أم تقليدية، وكيفية قيامهم بعملية الشراء.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

101-تسق-3

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 على تحليل وتخطيط الحملة الاعلانية، وأهداف الإعلان التقليدي والالكتروني وتطبيقها في المجالات التسويقية العملية المختلفة.

2

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	التعليم التقليدي	45 ساعة	100%
2	التعليم الإلكتروني		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

3. 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 نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف: جميع المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالتخصص.	1ع	المحاضرات - العصف الذهني والمناقشة والحوار -التعلم الذاتي - عروض تقديمية	الإختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يذكر: العوامل المؤثرة على اختيار المزيج الترويجي, خطوات وضع ميزانية الترويج, أهمية العلاقات العامة في المنظمات الصناعية والخدمية... الخ	3ع	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني - الحوار والمناقشة - عروض تقديمية - اسلوب حل المشكلات	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق: إجراءات اختيار رجال البيع , خطوات القيام بعملية البيع , خطوات تنشيط المبيعات... الخ	1م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	الإختبارات الفصلية والنهائية

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.2	يحلل: العوامل التي ساعدت على نمو وتطور الإعلان, الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للإعلان, أسباب تأخر ظهور نتائج الإعلان ... الخ.	2م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	الاختبارات الفصلية والنهائية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل ضمن فريق سواء كان قياديا او عضواً فيه.	1ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يظهر القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كان ذلك بشكل فردي او ضمن فريق.	2ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.3	يلتزم بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	3ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الترويج وعناصره	3
2	المزيج الترويجي وعناصره	3
3	البيع الشخصي	3
4	تنشيط المبيعات	6
5	مراحل نشوء وتطور الاعلان التقليدي والإلكتروني	6
6	أهداف الإعلان التقليدي والإلكتروني	3
7	الإعلان والمزيج التسويقي والترويجي	6
8	إدارة الإعلان	3
9	وكالات الإعلان	3
10	تخطيط الحملات الإعلانية	3
11	وسائل الإعلان	3
12	الإستراتيجية الإبتكارية للإعلان والرسالة الإعلانية	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	إختبار تحريري فصلي	الأسبوع الثامن	30%
2	أعمال فصلية (واجبات + مشاريع + اختبارات قصيرة + بحوث)	على مدار الفصل الدراسي	20%
3	إختبار تحريري نهائي	يحدد من إدارة القبول و التسجيل	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 العلاق، أساسيات وتطبيقات الترويج الالكتروني والتقليدي دار اليازوري العلمية 2020.	المرجع الرئيس للمقرر
د. بشير عباس العلاق، الترويج والإعلان التجاري، دار اليازوري العلمية 2013م	المراجع المساندة
1- رابط المكتبة الرقمية السعودية : https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx 2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية : https://www.kfml.gov.sa	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
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ 45 طالبة
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	طابعة وسبورة مع أقلام وماسحة سبورة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	مباشر : الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانات الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة



طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة.		
مباشر: الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل إتساق أسئلة الإختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الإختبارية).	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط و المناهج	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس و الطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر: عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل.	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط و المناهج	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	عضو هيئة تدريس نظير	أخرى

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