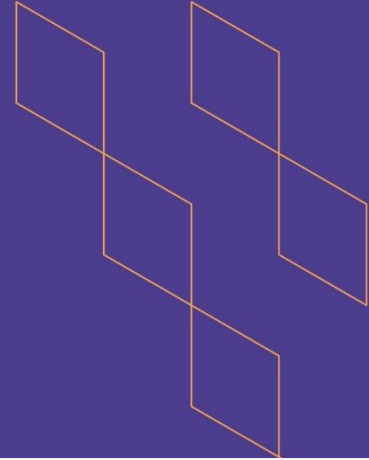




T-104

2022

## توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: الاتصالات التسويقية المتكاملة

رمز المقرر: 172 تسق-3

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الإدارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: 1445 / 1 / 12 هـ





## المحتويات:

الصفحة	المحتوى
٣	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
٣	١. الوصف العام للمقرر
٣	٢. الهدف الرئيس للمقرر
٤	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	١. قائمة المراجع ومصادر التعلم
٦	٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة
٦	و. تقويم جودة المقرر
٦	ز. اعتماد التوصيف



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي				
١. الساعات المعتمدة:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب.	إجباري	اختياري	√	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الثالث		
الهدف العام للمقرر: يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الاتصال التسويقي وعناصره والعمليات ذات الصلة به بحيث يتمكن الطالب من خلالها مهارات تمكنه من التخطيط لحمالات الاتصال التسويقي وتنفيذها وإدارتها وتقويمها. بما في ذلك حملات تنشيط المبيعات والاعلان والبيع الشخصي والمعارض والبيع والتسويق المباشر والعلاقات العامة والممارسات الأخلاقية في الاتصالات التسويقية المتكاملة بجانب تدريب تطبيقي في حملات تنشيط المبيعات والبيع الشخصي والاعلان.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مقدمة في التسويق ١٦١ تسق-٣				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر				
<ul style="list-style-type: none"> <li>فهم كيفية دمج العناصر الرئيسية ضمن مزيج الاتصالات التسويقية (مثل الإعلان والترويج والتسويق المباشر)</li> <li>إظهار فهم واضح لمصطلحات ومفاهيم وممارسات الاتصالات التسويقية المتكاملة (IMC)</li> <li>فهم كيفية تناسب عملية الاتصالات مع سلوك المستهلك مع التركيز على عملية صنع القرار الشرائي للمستهلك.</li> <li>اكتساب الخبرة العملية في إنشاء حملة إعلانية، وبيان صحفي، وكيفية ترويج المبيعات، وعناصر أخرى من المزيج الترويجي.</li> <li>تطوير خطة ترويجية فريدة لشركة حقيقية.</li> </ul>				

## ١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	٣٠	٪٦٧
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠ = ١٥ × ٢	٪٦٧
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	١٥ = ١٥ × ١	٪٣٣
	الإجمالي	٤٥	٪١٠٠

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 المفاهيم والمبادئ العامة للاتصالات التسويقية المتكاملة	ع٣-١	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2			المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3			المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يقارن الطالب بين أدوات الاتصالات التسويقية وظروف استخدام كل منها	M١-١		<ul style="list-style-type: none"> <li>مقياس سلالمة</li> <li>التقدير</li> <li>كتابة التقارير</li> </ul>
2.2	يقيم الطالب مدى توافر الأسس العلمية للحملة الترويجية لشركة أو مؤسسة قائمة بالفعل	M٢-١	<ul style="list-style-type: none"> <li>اسلوب المناقشة والحوار/</li> <li>اسلوب حل المشكلات/</li> <li>اسلوب البيان العلمي/</li> <li>اسلوب ورش العمل/</li> <li>الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>التقييم بالمشاريع العلمية</li> <li>التقييم القائم على المناقشات</li> <li>الاختبارات العملية</li> <li>الواجبات التطبيقية</li> <li>البحوث</li> </ul>
...				

القيم والاستقلالية والمسؤولية			3.0
الانشطة الفردية والجماعية	ق ١-P	يتصرف بمسئولية تجاه المواقف	3.1
التعليم التعاوني	ق ٢-P	يشترك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية	3.2

### ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
٣	اساسيات التسويق والاتصالات التسويقية	١
٣	نموذج الاتصالات التسويقية المتكاملة	٢
٤	سلوك المستهلك ودوره في اعداد الاتصالات التسويقية المتكاملة	٣
٣	الإعلان الفعال كيف تصل الي عقول ومشاعر العملاء	٤
٣	البيع الشخصي	٥
٤	تنشيط المبيعات	٦
٤	التسويق المباشر	٧
٣	العلاقات العامة	٨
٣	الأخلاقيات والاتصالات التسويقية	٩
٣٠	المجموع	
١	تدريب عملي للتعرف على مدي تعرف الطالب علي اساسيات الاتصالات التسويقية	١٠
٢	حلقة نقاش حول كيف تعد الرسالة الاعلانية الفاعلة	١١
١	دراسة حالة عن دور سلوك المستهلك في الاتصالات التسويقية	١٢
١	عروض تقديمية عن اعداد الحملة الترويجية	١٣
٢	ورشة عمل لمناقشة التسويق عبر الانترنت	١٤
٢	دراسة حالة عن العلاقات العامة والنشر	١٥
١	حلقة نقاشة مع أحد رجال البيع الناجحين بالمنطقة	١٦
١	تدريب تطبيقي عن تنشيط المبيعات	١٧
٢	عروض تقديمية عن مواصفات وواجبات رجل البيع	١٨
٢	حالات دراسية عن التسويق المباشر	١٩
١٥	المجموع	
٤٥	المجموع الكلي	

## د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	تقييم تطبيقي	الثاني	٪١٠
٢	تقييم تطبيقي	الرابع	٪١٠
٣	الاختبار الفصلي	الثامن	٪٢٠
٤	تقييم تطبيقي	التاسع	٪١٠
٥	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٪٥٠
...	المجموع		٪١٠٠

## هـ. مصادر التعلم والمرافق:

### ١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

طلعت أسعد عبد الحميد، الاتصالات التسويقية المتكاملة: طريقك المباشر إلى قلب وفكر العميل الطبعة الخامسة ٢٠٢٢م	المرجع الرئيس للمقرر
الاتصالات التسويقية المتكاملة، هشام احمد خريشات وعلي فلاح معلم-دارة الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة ال CD أو الفيديو أو غيرها)	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

### ٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

## و. تقويم جودة المقرر:

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

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 الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	١٢:٣٠ / ٠٤ / ٢٠٢٢ م