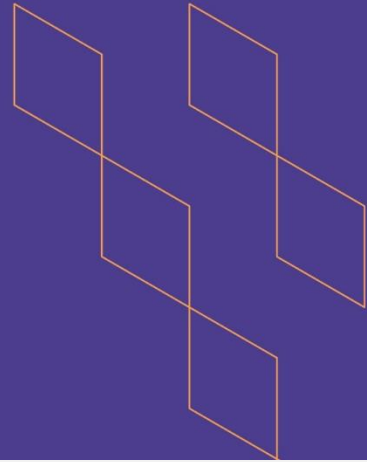




T-104

2022

## توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: اساسيات التسويق الرقمي

رمز المقرر: ٢٦٢ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠١/٠٩ 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 الرابع	
٤. الوصف العام للمقرر: يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق الرقمي وكيفية استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال عالمية وكاتجاه حديث في الأعمال التجارية. بغرض ربط المؤسسات أو الشركات أو المنظمات مع شريحة واسعة من جمهورها عبر استخدام القنوات الرقمية المختلفة للترويج لسلعها وخدماتها بهدف البيع وتوسيع نشاطها التجاري وتعزيز تواجد على الإنترنت، ويعرض هذا المقرر مقدمة لموضوعات التسويق الرقمي مثل التخطيط لاستراتيجية النشاط التجاري الإلكتروني وكيفية البدء فيه، وتعريف العملاء بالنشاط التجاري وسبل تمكينهم من الوصول اليه على الإنترنت باستخدام نتائج محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الاعلانية عبر الأجهزة الجواله واستخدام البريد الإلكتروني، بجانب تتبع حركة زيارات العملاء للويب وقياسها وبيع المنتجات والخدمات وتوسيع النشاط التجاري ونجاحه محلياً وعالمياً.			
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): مقدمة في التسويق ١٦١ تسق-٣			
٦. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد			
٧. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر لتعريف الطالب بأهمية الانترنت لتسويق الأنشطة التجارية، وبعناصر استخدام التسويق الإلكتروني. واهم استراتيجيات التسويق الإلكتروني والتسويق عبر محركات البحث ودور التسويق عبر الإيميل والعلاقات العامة مع العملاء ومن ثم الاعلان الرقمي واساليب اشهار العلامة التجارية في التسويق الإلكتروني والاعلام الاجتماعي، واهمية المواقع الإلكترونية في إظهار النشاط التجاري على الانترنت وانجاحه.			

### ١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	30	٪٦٧
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 ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>المعرفة والفهم</b>				
1.0				
1.1	يعرف المفاهيم الأساسية للتسويق الإلكتروني وأهم الفرص والتحديات التي تواجهه	P-١ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يوضح مختلف خيارات التواجد على شبكة الإنترنت وميزاتها	P-٢ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3	يشرح أساسيات وعناصر جذب وفعالية المواقع الإلكترونية للشراء عبر الإنترنت	P-٣ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
<b>المهارات</b>				
2.0				
2.1	يمارس وظائف التسويق الرقمي مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق عبر البريد الإلكتروني، الإعلان عبر الإنترنت، وتحسين محركات البحث	P-١م	اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ مقياس سلام التقدير</li> <li>▪ كتابة التقارير</li> <li>▪ التقييم بالمشاريع العلمية</li> <li>▪ التقييم القائم على المناقشات</li> <li>▪ الاختبارات العملية</li> <li>▪ الواجبات التطبيقية</li> <li>▪ البحوث</li> </ul>
2.2	يستخدم الوسائل الحديثة في التواصل بفاعلية مع العملاء والزبائن	P-٢م		
<b>القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>				
3.0				
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التجارية الإلكترونية	P-١ق	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	يتحرى الدقة والسرعة في التصرف بمسؤولية تجاه مواقف العمل.	P-٢ق	التعليم التعاوني	التعليم التطبيقي
...				

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مفهوم التسويق الرقمي والخطوات الأولى نحو خلق فرصة لتواجد النشاط التجاري ونجاحه على الإنترنت.	٤
٢	التخطيط لاستراتيجية النشاط التجاري على الإنترنت.	٢
٣	تمكين الآخرين من العثور على النشاط التجاري على الويب بسهولة من خلال نتائج البحث. واستخدام نتائج البحث لتحسين الحملات الاعلانية وتحقيق النجاح بشكل كامل.	٤
٤	الوصول إلى جمهور أكبر في النطاق المحلي أو على وسائل التواصل الاجتماعي أو على الأجهزة الجوّالة.	٢
٥	تعريف المجتمع المحلي بالنشاط التجاري. ومساعدة العملاء المحليين في إيجاد النشاط على الإنترنت.	٤
٦	إظهار النشاط التجاري على شبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز المعرفة بشبكات التواصل الاجتماعي واستكشاف الفرص التي تتيحها الأجهزة الجوّالة.	٤
٧	الوصول إلى مزيد من العملاء باستخدام الوسائل الاعلانية كالبريد الالكتروني والاعلانات الصورية ومحتوى الفيديو والمواقع الأخرى.	٤
٨	تتبع حركة زيارات الويب وقياسها باستخدام الإحصاءات وتحويل البيانات إلى إحصاءات.	٢
٩	بيع المنتجات والخدمات على الإنترنت وزيادة المبيعات.	٢
١٠	توسيع انتشار النشاط التجاري عالمياً	٢
٣٠	المجموع	
١١	تدريب تطبيقي في وضع الخطوات الأولى لتعزيز تواجد النشاط على الانترنت	٢
١٢	تدريب تطبيقي على وضع استراتيجية لتسويق النشاط التجاري على الانترنت	٢
١٣	تدريب تطبيقي على استخدام إعلانات نتائج البحث في تحسين الحملات الاعلانية	٢
١٤	عرض تقديمي بطرق تعريف المجتمع المحلي بالنشاط الالكتروني	١
١٥	تدريب تطبيقي حول كيفية إظهار النشاط التجاري على شبكات التواصل الاجتماعي	٢
١٦	ورقة عمل عن استكشاف الفرص التي تتيحها الأجهزة الجوّالة واستخدامها	١
١٧	تدريب تطبيقي على الاتصال عبر البريد الالكتروني	٢
١٨	عرض تقديمي عن الاستفادة من محتوى الفيديو	١
١٩	ورقة عمل عن كيفية زيادة المبيعات على الإنترنت وتوسيع النشاط التجاري عالمياً	١
١٥	المجموع	
٤٥	المجموع الكلي	

## د. أنشطة تقييم الطلبة:

نشطة 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:

المرجع الرئيس للمقرر	اساسيات التسويق الرقمي -محمود علي جابر ٢٠١٩م
المراجع المساندة	■ أسرار التسويق الرقمي، ابراهيم العبود- دار وجوه للنشر والتوزيع ٢٠٢٠م التسويق الرقمي استراتيجيات التسويق في عصر الثورة الرقمية، طلعت أسعد عبد الحميد- مكتبة الشقري ٢٠١٩م
المصادر الإلكترونية	<a href="https://learndigital.withgoogle.com/maharatgoogle/course/digital-marketing">https://learndigital.withgoogle.com/maharatgoogle/course/digital-marketing</a>
أخرى	مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب

### ٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

## و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
الاستبانات	الطلبة	فاعلية التدريس
الملاحظة المباشرة/ مراجعة النظر/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل	اعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظر	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 النظر، أخرى (يتم تحديدها).  
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

## ز. اعتماد التوصيف:



جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	٠٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠:٣٠ م