توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)

اسم المقرر: تسويق شبكات التواصل الاجتماعي
رمز المقرر: ٢٣٤٥٣ تسقا -٣
البرنامج: التسويق الالكتروني (دبلوم متوسط)
القسم العلمي: وحدة التخصصات الإدارية والانسانية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة الملك خالد
نسخة التوصيف: الرابعة
تاريخ آخر مراجعة: ابريل ٢٠٢٤م

معتمد نهائي

جامعة الملك خالد
الكلية التطبيقية بخميس مشيط

جدول المحتويات

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ٣
ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ٤
ج. موضوعات المقرر 6
د. أنشطة تقييم الطلبة 7
هـ. مصادر التعلم والمرافق: 7
و. تقويم جودة المقرر: 8
ز. اعتماد التوصيف: 8

معتمد نهائي

جامعة الملك خالد
الكلية التطبيقية بخميس مشيط

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

٢. نوع المقرر

أ -	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☐ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب -	☒ إجباري	☐ اختياري			

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الثانية/ المستوى الرابع)

٤. الوصف العام للمقرر

يغطي هذا المقرر المفاهيم الأساسية (نظرياً و عملياً) لتسويق شبكات التواصل الاجتماعي والمهارات المطلوبة. لذلك، يعتبر التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي (Social media marketing) من أكثر الطرق الحديثة فاعلية في الوصول والتفاعل مع الجمهور، حيث استطاعت هذه الشبكات في تسويق والمنتجات وتحقيق نسبة مبيعات أكبر واستطاعت منافسة وسائل التسويق التقليدية نظراً لمزاياها المتعددة.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يُوجد

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يُوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

- **تعريف الطالب بمفاهيم و خصائص" تسويق شبكات التواصل الاجتماعي " Social Media Marketing**
- **تمكين الطالب من شرح مفهوم جودة (تسويق شبكات التواصل الاجتماعي) بالطرق الإلكترونية.**
- **تحديد إستراتيجيات تسويق شبكات التواصل الاجتماعي .**

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم التقليدي	-	-
٢	التعليم الإلكتروني	-	-
٣	التعليم المدمج	45	١٠٠٪
	• التعليم التقليدي	31	٧٠٪
	• التعليم الإلكتروني	14	٣٠٪
٤	التعليم عن بعد	-	-

معتمد نهائي

جامعة الملك خالد
الكلية التطبيقية بخميس مشيط

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠	٧٥٪
٢	معمل أو إستوديو	٣٠	٢٥٪
٣	ميداني	-	-
٤	دروس إضافية	-	-
٥	أخرى	-	-
	الإجمالي	٦٠	١٠٠٪

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 مفهوم وأهمية تسويق شبكات التواصل الاجتماعي	K1 ع١	○ محاضرات ○ مجموعات العمل	- الاختبارات (الفصلية+ النهائية)
1.2	يُصنف شبكات التواصل الاجتماعي	K2 ع٢	○ التعلم الذاتي من خلال الإنترنت. ○ المناقشات في منتديات Bb	
2.0	المهارات			
2.1	يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي	S1 م ١	- المناقشة والحوار	العروض التقديمية
2.2	يُقيم شبكات التواصل الاجتماعي	S2 م٢	- العصف الذهني	الأسئلة الشفهية المباشرة
٢,٣	يُصمم محتوي أنشطة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	S4 م٤	- دراسة الحالة	الأنشطة الفردية والجماعية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعاون مع زملائه ضمن مجموعات الأنشطة الأكاديمية والطلابية	V1 ق١	○ مجموعات العمل ○ حل المشكلات.	- الملاحظة
3.2	يتصرف بشكل أخلاقي مع الآخرين	V2 ق٢	مجموعات العمل التعلم الذاتي الحوار	- الملاحظة
٣,٣	ينمي مهارات التفكير والعمل الجماعي	V3 ق٣	أنشطة تطبيقية جماعية بالمعمل	- الملاحظة
٣,٤	يتمثل بالنزاهة والامانة	V3 ق٣	دراسة الحالة حل المشكلات	- الملاحظة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية الموقدة

معتمد نهائي

١	مدخل مفاهيمي لتسويق شبكات التواصل الاجتماعي	2
٢	تسويق شبكات التواصل الاجتماعي : الأهمية / الخصائص / التصنيفات	2
٣	تسويق شبكات التواصل الاجتماعي : الوظائف /الأهداف/ الإستراتيجيات	2
٤	مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي :أدوات لإدارة جُهود التسويق عبرَ وسائل التواصل اجتماعي	2
٥	تحديد الجمهور المستهدف / قواعد التعامل مع SMM	2
٦	منصات التواصل الاجتماعي/مواقع الشبكات الاجتماعية / المدونات Microblogging	2
٧	إنشاء المحتوي و مشاركته /التدوين و بث مقاطع الفيديو /البث الصوتي Podcast/ الندوات عَبْرَ الانترنت	2
٨	تسويق الفيديو	2
١٠	تسويق شبكات التواصل الاجتماعي : المزايا / العُيوب.	2
١١	أساسيات الإعلان الاجتماعي	2
١٢	. إنشاء و مشاركة الفيديو الاجتماعي.	2
١٣	ممارسات لتحسين الملفات الشخصية علي وسائل التواصل الاجتماعي Instagram / YouTube / Snapchat , etc./ (Facebook/ Tik Tok /	2
١٤	فعالية و كفاءة تسويق شبكات التواصل الاجتماعي	2
المجموع		28

N0	LAB Topics	Hours
1	Facebook: Create a page for the lab, share informative posts about lab services, and engage with followers by addressing queries.	2
2	Instagram: Share visually appealing images of lab facilities, staff, and equipment along with patient testimonials to showcase credibility	2
3	Whatsapp: Utilize broadcast lists to send updates on lab services, offers, and appointment reminders directly to clients.	2
4	Snapchat: Share behind-the-scenes snaps of lab operations, promotions, and events to foster a sense of exclusivity and engagement with followers.	2
5	Twitter (X) platform: for real-time updates and engagement.	2
6	YouTube: Produce educational videos about lab procedures.	2
7	TikTok: Create engaging short videos showcasing lab facilities, staff, and services creatively and entertainingly to appeal to younger demographics.	2
8	Reddit: Participate in relevant subreddits, answer questions related to lab services	2
Total		16 Hour

مهتمد مهائي

د. أنشطة تقييم الطلبة

No	Assessment Activities *	Assessment timing (in week no)	Percentage of Total Assessment Score
1.	الأنشطة الصفية (عرض تقديمي + اختبارات شفهية + أوراق عمل + مشروع جماعي	الاسبوع ٣ / ٥/ ٦/ ١٠/ ١١/ ١٢	10%
2.	Midterm Exam الامتحان النصفي	Week 8	20%
3.	Lab Practical Assessments (التقييمات العملية المخبرية)	Week 2--13	30%
4.	Final Exam الاختبار النهائي	Week 16/ 17	40%
5.	Total المجموع		100%

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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	❍ غاري فاينر تشاك ، منصات التواصل الاجتماعي: كيفَ تجذب انتباه الزبائن و التابعين ، الناشر : جبل عمان ناشرون ، ٢٠١٩ ، ٢١٣ صفحة (الكتاب متوفر لدي شركة تمارا)
المراجع المساندة	❍ د/ علاء الدين محمد عفيفي ، الاعلام و شبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، الناشر : دار التعليم الجامعي للطباعة و النشر ، ٢٠١٥ ، ٤١١ صفحة (الكتاب متوفر لدي شركة تمارا) ❍ نيك كولدره ، شبكات التواصل الاجتماعي و الممارسة الاعلانية ، الناشر : دار الفجر للنشر و التوزيع ، ٢٠١٤ ، ٣٠٣ صفحة (الكتاب متوفر لدي شركة تمارا)
المصادر الإلكترونية	-Electronic materials - Websites - Electronic Economy Newspaper
أخرى	----- .

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة محاضرات تتسع لـ ٥٠طالب مزودة Smart Board and Data Show

العناصر	متطلبات المقرر
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	توفير أجهزة حاسوب بالعدد الكافي (عندَ الضرورة)، مع مستلزمات عرض الشرائح التعليمية
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا يوجد

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	رأي الطلاب عن طريق الاستبيانات السابقة واللاحقة لتدريس المقرر.
فاعلية طرق تقييم الطلاب	- المراجع النظير - لجنة الجودة - أعضاء هيئة التدريس	- مراجعة النظير - التحقق الخارجي بواسطة عضو هيئة تدريس اخر. - تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل .
مصادر التعلم	- الطلاب - أعضاء هيئة التدريس	-بطاقة الملاحظة - الاستبيانات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	- أعضاء هيئة التدريس	- الاختبارات. - التقييمات والواجبات. - الاستبانات
فعالية المقرر	لجنة الخطط والمناهج-أعضاء هيئة التدريس	*الاستبانات

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	لجنة الخطط والمناهج بالكلية التطبيقية
رقم الجلسة	٤٥/٥/١
تاريخ الجلسة	١٤٤٥/١٢/٣هـ

معتمد نهائي
جامعة الملك خالد
الكلية التطبيقية بخميس مشيط
KING KHALID UNIVERSITY