



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: سلوك المستهلك الرقمي
رمز المقرر: ٢٢٣٢ تسقا-٢
البرنامج: التسويق الالكتروني (دبلوم متوسط)
القسم العلمي: وحدة التخصصات الإدارية والانسانية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة الملك خالد
نسخة التوصيف: 4
تاريخ آخرمراجعة: ابريل ٢٠٢٤ م

معتمد نهائي





جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ٣
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٤
- د. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: ٥
- و. تقويم جودة المقرر: ٦
- ز. اعتماد التوصيف: ٧

معتمد نهائي



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: ساعتان

٢. 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			

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

٤. الوصف العام للمقرر

هذا المقرر يتناول تحديد الإطار المفاهيمي لسلوك المستهلك الرقمي، وكذلك تحليل سلوك المستهلك للمشتريين عبر الإنترنت والوسائل الرقمية، ووصف خصائص سلوك المستهلك الرقمي، وكذلك تحليل العوامل المختلفة التي تؤثر على سلوك المستهلك الرقمي مع توفير يكتسب الطالب المعرفة والمهارات الأساسية التي تمكنه من تخطيط وإدارة ومتابعة وتنسيق العملاء عبر الوسائط الرقمية المختلفة.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٦- المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

التعريف بسلوك المستهلك الرقمي وأنواع المستهلكين الرقميين والعوامل المؤثرة فيهم وخصائص المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة كأماكن للتسويق الإلكتروني وتأثيرها على قرار الشراء كجزء أساسي من عملية التسويق الإلكتروني.

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم التقليدي	-	-
٢	التعليم الإلكتروني	-	-
٣	التعليم المدمج	٣٠	٪١٠٠
	• التعليم التقليدي	٢٠	٪٦٦,٦٦
	• التعليم الإلكتروني	١٠	٪٣٣,٣٣
٤	التعليم عن بعد	-	-

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠	٪١٠٠
٢	معمل أو إستوديو	-	-
٣	ميداني	-	-

٤	دروس إضافية	-	
٥	أخرى	-	
الإجمالي		٣٠	٪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	تعريف الطالب بالمعارف الأساسية بسلوك المستهلك الرقمي.	١ع K1	- المحاضرة - المناقشة - الحوار	-الاختبارات (الفصلي+ النهائي)
1.2	يفهم تأثير أدوات وتقنيات التسويق الرقمي على سلوك المستهلك	١ع K1	- المحاضرة - المناقشة والحوار	-الاختبارات (الفصلي+ النهائي)
2.0 المهارات				
2.1	يطبق نظريات سلوك المستهلك في مجال التسويق الإلكتروني	١م S1	- المناقشة والحوار - العصف الذهني	العروض التقديمية
2.2	يميز بين سلوك المستهلك الرقمي والسلوك في التسويق التقليدي	٤م S4	- دراسة الحالة - العروض الفردية والجماعية	الأسئلة الشفهية المباشرة
2.3	يمثل الدور السلوكي الوظيفي للمسوق الإلكتروني في التواصل واتخاذ القرار.	٤ م S4	- المناقشة والحوار - العصف الذهني - دراسة الحالة	الأنشطة الفردية والجماعية
3.0 القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.1	الالتزام بالنزاهة والأخلاق والصدق	١ق V1	-المناقشة والحوار -الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة
3.2	المشاركة بكفاءة وفعالية مع الفريق	٢ق V2	-الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة
٣,٣	قدوة في العلاقات والسلوك الجيد مع الآخرين	٢ق V2	-المناقشة والحوار -الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	سلوك المستهلك الرقمي المفاهيم والنظريات والعوامل المؤثرة.	٦
٢	التسويق التقليدي مقابل التسويق الرقمي.	٢

٤	٣	نظرة عامة على الأنواع المختلفة لفتوات التواصل الاجتماعي.
٤	٤	العوامل المؤثرة على قرارات الشراء عند المستهلك الرقمي (العوامل المحفزة على الشراء)
٢	٥	مراحل وخطوات قرار الشراء عند المستهلك الرقمي
٢	٦	نماذج وانماط سلوك المستهلك الرقمي
٤	٧	استراتيجيات التسويق الرقمي وسلوك المستهلك
٢	٨	تحسين محركات البحث لاستكشاف دوافع واحتياجات المستهلك
٤	٩	نمو الأعمال في شبكات العملاء
٣٠	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
٥% ٥%	الأسبوع الثالث	واجب ورقي فردي (سلوك المستهلك الرقمي المفاهيم والنظريات والعوامل المؤثرة). واجب الكتروني التسويق التقليدي مقابل التسويق الرقمي.	١
٥% ٥%	السابع	مشروع نقاشي جماعي (العوامل المؤثرة على قرارات الشراء عند المستهلك الرقمي) دراسة حالة عن مراحل وخطوات قرار الشراء عند المستهلك الرقمي	٢
٢٠%	الثامن/التاسع	الاختبار الفصلي	٣
٥% ٥%	الحادي عشر	واجب فردي عن نماذج وانماط سلوك المستهلك الرقمي) كويز الكتروني (استراتيجيات التسويق الرقمي وسلوك المستهلك	٤
١٠%	الثالث عشر	واجب ورقي فردي عن كيفية تحسين محركات البحث لاستكشاف دوافع واحتياجات المستهلك	٥
٤٠%	السادس عشر/السابع عشر	الاختبار النهائي	٦
١٠٠%		المجموع	

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

سلوك المستهلك الرقمي: دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع الطبعة الاولى ٢٠٢٢

المرجع الرئيس للمقرر

معتمد نهائي



التسويق وإدارة الإعلان: دكتور ايناس السيد محمد ٢٠١٠ Consumer behavior, Sabelle Szmigin, OUP Oxford 2022-05-16, Oxford, 2022 ,ISBN 9780198862567 Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Chuck Hemann, PEARSON INDIA, 2019 ISBN 9789353430191 The Content of the Professional certificates approved in the program=	المراجع المساندة
المواقع والروابط المتعلقة بالمحتوى	المصادر الإلكترونية
المواقع والروابط المتعلقة بالمحتوى	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة محاضرات تتسع لـ ٥٠ طالب مزودة Smart Board and Data Show	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
(جهاز العرض، السبورة الذكية، البرامج) التي تعتمد على الكمبيوتر.	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
توفير أجهزة حاسوب بالعدد الكافي (عند الضرورة)، مع مستلزمات عرض الشرائح التعليمية	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

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

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

معتمد نهائي





ز. اعتماد التوصيف:

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

معتمد نهائي

