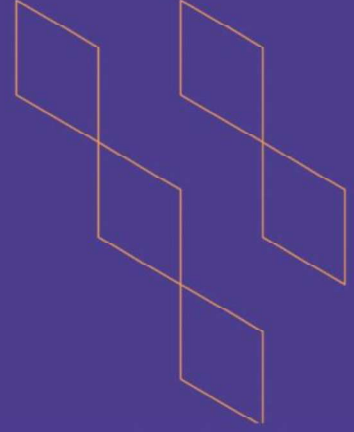


2023

TP-153



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



اسم المقرر: استراتيجية التسويق الرقمي
رمز المقرر: ٢٢٢٦٢ تسقا-٢
البرنامج: التسويق الالكتروني (دبلوم متوسط)
القسم العلمي: وحدة التخصصات الإدارية والانسانية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة الملك خالد
نسخة التوصيف: الرابعة
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 ٥
- د. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: ٦
- و. تقويم جودة المقرر: ٧
- 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 الرابع)

٤. الوصف العام للمقرر

يغطي هذا المقرر المفاهيم الأساسية لاستراتيجيات التسويق الرقمي ويعرف الطالب بأهمية التسويق الرقمي وكيفية التعامل مع المتطلبات الأساسية للتسويق عبر الإنترنت. بحيث يتعرف الطالب على مفهوم وطبيعة استراتيجيات التسويق الرقمي ومراحله. كذلك تزويد الطالب/ة بالمعرفة والمهارات في استخدام البحوث والمعلومات التسويقية في تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق الإلكتروني سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

٢٢٢٢مقرر التسويق الإلكتروني تسقا-٢

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر الي:

- معرفة أهداف استراتيجيات التسويق الرقمي / خصائصها / أبعادها / المزايا الإلكترونية والفرق بينها وبين التسويق التقليدي .
- تطبيق المفاهيم الأساسية للتسويق الرقمي وفهم النظريات والممارسات المتعلقة به
- تزويد الطالب بالمتغيرات التسويقية للمنتج والسعر والترويج والتوزيع لتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي
- تطوير المهارات المتعلقة بالتسويق الرقمي لتحسين مهارات الفكر والاتصال
- تطوير مهارات العمل الجماعي والقيادة

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
٤	• التعليم الإلكتروني	١٠	٪٣٣,٣٣
	التعليم عن بعد	-	-

معتمد نهائي



٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠	%١٠٠
٢	معمل أو إستوديو	٠	%٠
٣	ميداني	٠	%٠
٤	دروس إضافية	٠	%٠
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	يُعرف المفاهيم الأساسية للتسويق عبر الإنترنت	١٤ K1	- المحاضرة - المناقشة - الحوار	- الاختبارات (الفصلي+ النهائي)
1.2	يفهم أهمية الإنترنت في مجال التسويق الرقمي	٣٤، ٢٤ K1, K2	- المحاضرة - المناقشة - الحوار	- الاختبارات (الفصلي+ النهائي)
١، ٣	يُحدد عناصر استخدام التسويق الإلكتروني	٤٤، ٣٤ (K3, K4)	- المحاضرة	- الاختبارات (الفصلي+ النهائي)
2.0 المهارات				
2.1	يُميز بين التسويق الرقمي ومجالات التسويق الأخرى	٢م + ١م S1, S2	- المناقشة والحوار - العصف الذهني	العروض التقديمية
2.2	يُنَاقش أهمية التسويق الرقمي	٣م + ٢م S2, S3,	- دراسة الحالة - العروض الفردية والجماعية	الأسئلة الشفهية المباشرة
٢، ٣	يُقارن بين المجالات المختلفة للتسويق الرقمي	(٤م) S4	- دراسة الحالة - العروض الفردية والجماعية	الأسئلة الشفهية المباشرة
3.0 القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.1	يُنمي مهارات التفكير والعمل الجماعي.	(ق١، ق٢)	- المناقشة والحوار - الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة
3.2	يتعاون مع الآخرين في حل المشكلات.	ق٢ V2	- المناقشة والحوار - الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة

مختبر نهائي



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
٣,٣	يتقبل آراء ومقترحات الطلاب/ات الآخرين في فريق العمل المشترك.	(ق ٣) V3	- المناقشة والحوار - الأنشطة الفردية و الجماعية	الملاحظة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	استراتيجية التسويق الرقمي: (المفهوم، الأهمية، الأهداف، التطور، الخصائص).	٢
٢	الملامح الرئيسية لاستراتيجية التسويق الرقمي: (تطبيقات التسويق الرقمي، فوائد التسويق الرقمي، نماذج الأعمال الرقمية البديلة، ما هو الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال التجارية الإلكترونية؟)	٤
٣	خطوات التخطيط الاستراتيجي: (تحليل سواط الاستراتيجي SWOT، التنفيذ الاستراتيجي، الرقابة الاستراتيجية وتقييم الأداء).	٢
٤	تحليل السوق عبر الإنترنت: تحليل البيئة الجزئية، و الكلية عبر الإنترنت، و تقنيات التسويق الرقمي.	4
٥	الاتجاهات الحديثة في استراتيجيات التسويق الرقمي	٢
٦	صياغة استراتيجية التسويق المستهدفة.	٢
٦	صياغة استراتيجية تحديد المواقع والتمايز (بما في ذلك المزيج التسويقي)	٢
٧	صياغة استراتيجية الاتصالات متعددة القنوات	٢
٨	صياغة استراتيجيات نماذج الأعمال والإيرادات	٢
٩	صياغة استراتيجيات مشاركة العملاء واستراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي:	٢
١٠	صياغة استراتيجيات تطوير السوق والمنتجات .	٢
١١	صياغة استراتيجية التوزيع متعدد القنوات	٢
١٢	تنفيذ ورقابة استراتيجية التسويق الرقمي: (تقييم مشاريع الإنترنت المختلفة، شبكة إدارة دورة الحياة عبر الإنترنت)	٢
المجموع		٣٠

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	واجب ورقي فردي (الملامح الرئيسية لاستراتيجية التسويق الرقمي) واجب الكتروني حالة دراسية (عن التحليل الاستراتيجي SWOT)	الأسبوع الثالث	٥% ٥%
٢	مشروع جماعي (الاتجاهات الحديثة في استراتيجيات التسويق الرقمي)	السادس	١٠%
٣	الاختبار الفصلي	الثامن/التاسع	٢٠%
٤	واجب ورقي فردي (صياغة استراتيجية الاتصالات متعددة القنوات) واجب الكتروني(صياغة استراتيجية الاتصالات متعددة القنوات)	الحادي عشر	٥% ٥%

مُعتمد نهائي



م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
٥	واجب ورقي فردي عن صياغة استراتيجيات تطوير السوق والمنتجات .	الثالث عشر	٪١٠
٦	الاختبار النهائي	السادس عشر/السابع عشر	٪٤٠
	المجموع		٪ ١٠٠

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

<p>طلعت أسعد عبدالحميد، التسويق الرقمي استراتيجيات التسويق في عصر الثورة الرقمية، تاريخ النشر 2019: الناشر: مكتبة الشقري، عدد الصفحات: 559</p>	المرجع الرئيس للمقرر
<p>- CHAFFEY, Dave; ELLIS-CHADWICK, Fiona. “Digital Marketing Strategy Implementation and practice”. Pearson UK, 2019. Publisher: by Pearson. ISBN: 978-1-292-07761-1 (print) 978-1-292-07764-2 (PDF) 978-1-292-07762-8 (eText) 978-1-292-12564-0 (ePub) (An electronic Pdf Book).</p>	المراجع المساندة
<p>- Stephanie Diamond, (May 7, 2019), <u>Digital marketing All in one</u> Stephanie Diamond, 1st Edition, ISBN 13- 978-1119560234</p> <p>- Ryan Dais “Digital marketing An integrated approach to online marketing” ((An Electronic Free pdf Book</p>	
<p>https://www.pdfdrive.com/digital-marketing-all-in-one-for-dummies-d188633152.html</p> <p>http://elibrary.gci.edu.np/bitstream/123456789/3389/1/Bt.bm.522Digital%20Marketing%20Strategy%20An%20Integrated%20Approach%20to%20Online%20Marketing%20by%20Simon%20Kingsnorth.pdf</p>	المصادر الإلكترونية

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 ... الخ)
(جهاز العرض، السبورة الذكية، البرامج) البرامج التي نعتمدها على الكمبيوتر.	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)

متطلبات المقرر	العناصر
توفير أجهزة حاسوب بالعدد الكافي (عند الضرورة)، مع مستلزمات عرض الشرائح التعليمية	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	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 آخر. - تصحيح عينة بواسطة عضو آخر من برنامج مماثل .
مصادر التعلم	- الطلاب - أعضاء هيئة التدريس	- بطاقة الملاحظة - الاستبيانات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	- أعضاء هيئة التدريس	- الاختبارات. - التقييمات والواجبات. - الاستبيانات
فاعلية المقرر	لجنة الخطط والمناهج-أعضاء هيئة التدريس	*الاستبيانات

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	١٤٤٥/١٢/٣ هـ

معتمد نهائي

