

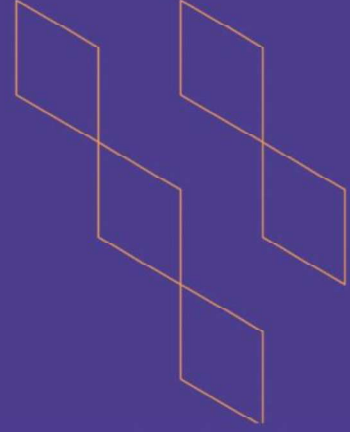
2023

TP-153



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: أخلاقيات التسويق الإلكتروني
رمز المقرر: ٢٢٢٢٢ تسقا
البرنامج: التسويق الإلكتروني (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 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

يتناول هذا المقرر الإطار النظري والمفاهيم والممارسات الأساسية للموضوعات الرئيسية في مجال أخلاقيات الأعمال والتسويق الإلكتروني وموضوعاتها الرئيسية مثل المسؤولية الاجتماعية، والمشكلات الأخلاقية، فضلا عن التعامل مع دراسات الحالة المتعلقة بالقضايا الأخلاقية. وتطبيق المعرفة الأساسية والنظريات والمهارات الأخلاقية في المواقف المختلفة من أجل تحسين مهارات الإدارة والتسويق.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى:

- تزويد الطالب برؤية واسعة لمفهوم الأعمال التجارية وأخلاقيات التسويق من خلال الرجوع إلى المصادر الفكرية المتعلقة بهذا الموضوع
- تعريف الطالب بأخلاق التسويق والمبيعات وأهمية ممارسة الاخلاق في التسويق،
- التعرف بالحقوق والواجبات الأخلاقية تجاه الاطراف المعنية بعملية التبادل التسويقي.

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		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى		
الإجمالي		٣٠	%١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقررواستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0 المعرفة والفهم				
1.1	يعرف المفاهيم الأخلاقية الأساسية والجوانب المرتبطة بالنظريات الأخلاقية	K1 ١ع	-المحاضرة -المناقشة - الحوار	-الاختبارات (الفصلي + النهائي)
1.2	يفهم علاقة النظريات الأخلاقية وأثرها على أداء المنظمات التسويقية	K1 ١ع	-المحاضرة -المناقشة - الحوار	-الاختبارات (الفصلي + النهائي)
١.٣	يصف مفهوم ومبادئ وقواعد السلوك الأخلاقي في الأعمال التجارية الإلكترونية وأنشطة التسويق الإلكتروني	K2 ٢ع	-المحاضرة -المناقشة والحوار	-الاختبارات (الفصلي + النهائي)
2.0 المهارات				
2.1	يناقش الآثار المترتبة على القواعد الأخلاقية في التسويق	S1 ١م	-المناقشة والحوار -العصف الذهني	العروض التقديمية
2.2	يقوم بتقييم الجانب الأخلاقي أو غير الأخلاقي لبعض المواقف التسويقية	S2 ٢م	-دراسة الحالة -العروض الفردية والجماعية	الأسئلة الشفهية المباشرة
2.3	يصمم خطة للتسويق الإلكتروني وفق القواعد الأخلاقية	S3 ٣م	-المناقشة والحوار - العصف الذهني - دراسة الحالة	الأنشطة الفردية والجماعية
3.0 القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.1	يتصرف بمسؤولية تجاه المواقف	V1 ١ق	-المناقشة والحوار -الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة
3.2	أن يتصرف الطالب أخلاقياً مع	V1	-الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة

معتمد نهائي

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
	الآخرين	ق ١		
٣,٣	يشارك بكفاءة وفعالية في العمل الجماعي	V2 ق ٢	- المناقشة والحوار - الأنشطة الفردية و الجماعية	الملاحظة
٣,٤	يصبح ممثلاً بالنزاهة والصدق	V3 ق ٣	- المناقشة والحوار - الأنشطة الفردية و الجماعية	الملاحظة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	أخلاقيات الأعمال: (المفاهيم – المبادئ – نظام الأعمال: الحكومة والأسواق وأخلاقيات التجارة الدولية في السوق)	٤
٢	أخلاقيات التسويق: (الماهية، المبادئ، قضايا التسويق الأخلاقية، استراتيجية التسويق الأخلاقي القضايا الأخلاقية في صناعة التسويق - - تحديات التسويق الأخلاقي)	٦
٣	استخدام الأخلاق في التسويق: (استخدام الأخلاق كتكتيك تسويقي)	٢
٤	استخدام الأخلاق في التسويق: أخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية	٤
٥	أخلاقيات التسويق الرقمي: (المفاهيم-النطاق-الأهمية-المبادئ-الفوائد-السلوكيات غير الأخلاقية التي يحتج عليها المستهلكون)	٢
٦	القضايا الأخلاقية والقانونية في التسويق الإلكتروني	٢
٧	أخلاقيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	٢
٨	أخلاقيات استخدام بيانات العملاء في التسويق:	٤
٩	أمثلة على التسويق الأخلاقي - مخاطر التسويق الإلكتروني غير الأخلاقي.	٤
	المجموع	٣٠

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	واجب ورقي فردي (عن قضايا التسويق الأخلاقية) واجب إلكتروني حالة دراسية (عن وأخلاقيات التجارة الدولية في السوق)	الأسبوع الثالث	٥% ٥%
٢	مشروع جماعي (استخدام الأخلاق كتكتيك تسويقي) دراسة حالة عن أخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية	السابع	٥% ٥%
٣	الاختبار الفصلي	الثامن/التاسع	٢٠%
٤	واجب ورقي فردي (السلوكيات غير الأخلاقية التي يحتج عليها المستهلكون) واجب إلكتروني(وظائف الإدارة)	الحادي عشر	٥% ٥%
٥	واجب ورقي فردي (عن أخلاقيات استخدام بيانات العملاء)	الثالث عشر	١٠%
٦	الاختبار النهائي	السادس عشر/السابع عشر	٤٠%
	المجموع		١٠٠

متمم نهائي



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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

-عبيد سعد العبدلي، أخلاقيات التسويق، الناشر: سيبويه للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٢م	المرجع الرئيس للمقرر
- Manuel G. Velasquez, Business Ethics concepts and cases, Pearson, seventh edition, 2018 2-Saucier RD. Marketing Ethics. Edwin Mellen Press; 2008. Accessed June 12, 2022.	المراجع المساندة
1-Sam Woolfe (2019): 10 Principles of Ethical Marketing. (Aigarodigital.co.uk) (Published on 28-02-2019). 2- Nicole Burson (2020) : How to be Ethical in Digital Marketing , found in (Grow Your Business -Digital Marketing – Expert post. (info@upcity.com) 3-Brahmbhatt, K. Ethical Marketing Communication in the Era of Digitization. Editorial Team, 36. https://jetruby.com/blog/ethical-marketing-issues/ 4-Ethics of marketing- Desh Deepak- https://www.slideshare.net/sunnydeepak/ethics-of-marketing-74625026#Apr. 07, 2017 5-E-Marketing 4/E Judy Strauss, Adel I. El-Ansary, and Raymond Frost Chapter 5: Ethical and Legal Issues- https://www.slideshare.net/marketeach/e-marketing-ch5-ethical-legal 6. https://www.researchgate.net/publication/352453088_Perspectives_of_business_process_ethics_in_data-driven_marketing_management 7- https://growthanimals.com/5-growing-ethical-issues-in-online-marketing-you-need-to-be-aware-of/	المصادر الإلكترونية
---	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) البرامج التي تعتمد على الكمبيوتر.	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
توفير أجهزة حاسوب بالعدد الكافي (عند الضرور)، معتمد نهائي مستلزمات عرض الشرائح التعليمية	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)



و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيّمون	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. - الاستبانات
فاعلية المقرر	لجنة الخطط والمناهج-أعضاء هيئة التدريس	*الاستبانات

المقيّمون (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

