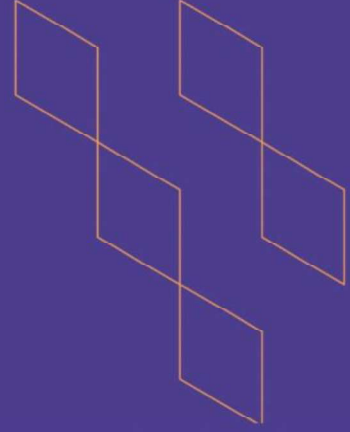




# توصيف المقرر الدراسي

## (بكالوريوس)



اسم المقرر: إدارة العلامة التجارية الرقمية
رمز المقرر: ٢٢٢٨٢ تسقا-٢
البرنامج: التسويق الالكتروني (دبلوم متوسط)
القسم العلمي: وحدة التخصصات الإدارية والانسانية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة الملك خالد
نسخة التوصيف: الرابعة
تاريخ آخر مراجعة: ابريل ٢٠٢٤ م

معتمد نهائي





## جدول المحتويات

1. معلومات عامة عن المقرر الدراسي.....
2. ١. نمط التعليم (أختر كل ما ينطبق).....
3. ٢. الساعات التدريسية (تعتمد على مستوى الفصل الدراسي).....
4. ب. مخرجات التعلم للمقرر الدراسي وإستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها.....
6. ج. موضوعات المقرر.....
7. د. أنشطة تقييم الطلبة.....
7. هـ. مصادر التعلم والمرافق:.....
8. و. تقويم جودة المقرر:.....
9. ز. اعتماد التوصيف:.....

معتمد نهائي



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (ساعتان)

(ساعتان)

٢. نوع المقرر

أ	<input type="checkbox"/> منطلق جامعة	<input type="checkbox"/> منطلق كلية	<input type="checkbox"/> منطلق تخصص	<input type="checkbox"/> منطلق مسار	<input type="checkbox"/> أخرى	
ب	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري				

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الأولى / المستوى الثاني)

٤. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر ادارة العلامة التجارية الرقمية والذي يغطي تحليل الجوانب الاستراتيجية، والإدارية لإدارة العلامة التجارية الرقمية. بالإضافة إلى إن هذا المقرر يشرح بناء، ووظائف، وتصميم، وأنواع العلامات الرقمية.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

1221 تسقا-٢

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

✓ يهدف هذا المقرر بشكل عام إلى بناء معارف ومهارات وقيم جيدة لدى الطلاب عن إدارة العلامة التجارية الرقمية. كما أن هناك اهداف فرعية أخرى مثل:

أ- شرح أهمية وأنواع العلامات التجارية الرقمية.

ب- الربط بين المعرفة النظرية والتطبيقات العملية المتعلقة بإدارة العلامة التجارية الرقمية.

٣. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم التقليدي	-	-
٢	التعليم الإلكتروني	-	-
	التعليم المدمج	٣٠	%١٠٠
٣	• 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 (حدد)	-	-
	الإجمالي	٣٠	%١٠٠

معتمد نهائي



ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>1.0</b>	<b>المعرفة والفهم</b>			
1.1	يعرف المفاهيم الأساسية، وأهمية، وأهداف إدارة العلامة التجارية الرقمية	ع ١ - ٣ K1-3	-المحاضرة -المناقشة - الحوار	-الاختبارات (الفصلي + النهائي)
1.2	يشرح المفاهيم الأساسية المتعلقة بإدارة العلامة التجارية الرقمية		-المحاضرة -المناقشة - الحوار	-الاختبارات (الفصلي + النهائي)
1.3	يُعدد صفات وخصائص العلامة التجارية الرقمية الناجحة من وجهة نظر العملاء		-المحاضرة -المناقشة - الحوار	-الاختبارات (الفصلي + النهائي)
<b>2.0</b>	<b>المهارات</b>			
2.1	يُميز بين أنواع العلامات التجارية الرقمية.	م ١ S1	-المناقشة والحوار -العصف الذهني	العروض التقديمية
2.2	يطبق مفاهيم تخطيط وتنظيم واستراتيجيات العلامة التجارية الرقمية.	م ٢ S2	-دراسة الحالة -العروض الفردية والجماعية	الأسئلة الشفهية المباشرة
2.3	يُصمم البرامج والأنشطة المرتبطة بإدارة العلامة التجارية الرقمية.	م ٣ - ٤ S3-4	-المناقشة والحوار -العصف الذهني -دراسة الحالة	الأنشطة الفردية والجماعية
<b>3.0</b>	<b>القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>			
3.1	ينمي مهارات التفكير والعمل الجماعي.	ق ١ - ٣ V1-3	-الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة
3.2	يتعاون مع زملائه ضمن مجموعات الأنشطة الأكاديمية والطلابية			
3.3	يحترم آراء الآخرين ووجهات نظرهم			

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مفهوم وتعريف ، وأهمية، وتطور العلامة التجارية الرقمية	٤
٢	تخطيط وتنظيم العلامة التجارية الرقمية	٢
٣	أهداف، واستراتيجيات العلامة التجارية الرقمية	٢
٤	خصائص العلامة التجارية الرقمية	٢
٥	بيئة إدارة العلامة التجارية الرقمية	٢
٦	تنمية إدارة العلامة التجارية الرقمية	٢
٧	التسويق و العلامة التجارية الرقمية	٢
٨	مميزات وعيوب العلامة التجارية الرقمية	٢
٩	تقنيات العلامة التجارية الرقمية	٢
١٠	تنمية العلامة التجارية الرقمية	٢
١١	عالمية العلامة التجارية الرقمية	٢
١٢	الاتجاهات الحديثة لإدارة العلامة التجارية الرقمية	٢
١٣	أخلاقيات العلامة التجارية الرقمية	٢
١٤	كفاءة و فاعلية العلامة التجارية الرقمية	٢
	<b>المجموع</b>	<b>٣٠</b>

معتمد نهائي



د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	واجب ورقي فردي عن (تخطيط وتنظيم العلامة التجارية الرقمية). واجب الكتروني (أهداف، واستراتيجيات العلامة التجارية الرقمية).	الثالث	٥٪ ٥٪
٢	مشروع جماعي فصلي عن (بيئة إدارة العلامة التجارية الرقمية). واجب ورقي فردي (تقنيات العلامة التجارية الرقمية).	السابع	٥٪ ٥٪
٣	الاختبار الفصلي	الثامن/التاسع	٢٠٪
٤	واجب الكتروني فردي عن (مميزات وعيوب العلامة التجارية الرقمية).	الحادي عشر	٥٪
٥	مشروع نقاشي جماعي عن (الاتجاهات الحديثة لإدارة العلامة التجارية الرقمية).	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:

المرجع الرئيس للمقرر	ادارة العلامات التجارية المشهورة د. ناجي معلا، دار اليازوري العلمية ٢٠٢٣
المراجع المساندة	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daniel Rowles (2022), Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement, 3rd Edition (VI Reference in English)</li> <li>2. strategic brand management and development creating and marketing successful brands by <u>Sotiris t. Lalaounis</u> ,copyright year 2021</li> <li>3. Kenneth c. Laudon, jane Laudon (2010) management information systems. managing the digital firm. seven editions. By Pearson education, ink, upper Sddle river, new jersey.</li> <li>4. luxury brand management in digital and sustainable times: a new world of privilege 4th edition, kindle edition, by Michel chevalier (author), Gerald Mazzalovo (author) format: kindle edition.</li> </ol>
المصادر الإلكترونية	ما يناسب المقرر.
أخرى	-----

معتمد نهائي



المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

٧- 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

مُعتمد نهائي

