

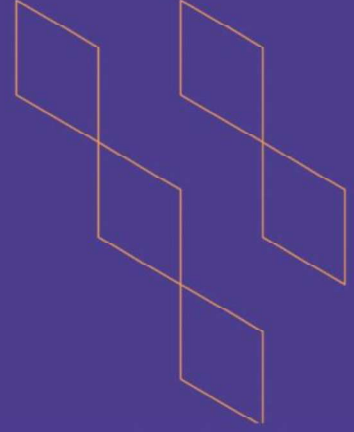
2023

TP-153



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: تسويق المحتوى
رمز المقرر: ٢٢٤٤٢ 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: ٦

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 type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب -	<input type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

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

٤. الوصف العام للمقرر

يشرح هذا المقرر الاسس اللازمة والفعالة لتحديد الإطار المفاهيمي وخصائص تسويق المحتوى وأهميته الكبيرة لكسب ثقة المستهلك الرقمي في ظل التنافس القائم بسين المواقع الالكترونية المختلفة للمسوقين الالكترونيين.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

أن يتعرف الطالب على مبادئ وأسس (تسويق المحتوى) وأهميته وخصائصه واستراتيجياته وأدواته.

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

معتمد نهائي

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 المحتوى الرقمي.	K1 ١ع	-المحاضرة -المناقشة - الحوار	--الاختبارات (الفصلي) -النهائي
1.2	يعرف أدوات وتقنيات واستراتيجيات تسويق المحتوى.	K1 ١ع	-المحاضرة -المناقشة والحوار	--الاختبارات (الفصلي) -النهائي
2.0	المهارات			
2.1	يطبق مجموعة من الأفكار الإبداعية والمبتكرة لأدوات جديدة في تسويق المحتوى.	S1 ١م	-المناقشة والحوار -العصف الذهني	- الامتحانات - حالات عملية
2.2	يميز بين الأنشطة ووظائف تسويق المحتوى الرقمي المختلفة في مجال التسويق الرقمي .	S4 ٤م	- دراسة الحالة -العروض الفردية والجماعية	- بحث -العروض التقديمية
٢,٣	يحلل عناصر بيئة العمل الرقمي لتحديد الفرص والتحديات.	S4 ٤م	-المناقشة والحوار - العصف الذهني - دراسة الحالة	- بحث -العروض التقديمية - الواجبات المنزلية الإلكترونية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتصرف بمسؤولية تجاه المواقف.	V2 ٢ق	-المناقشة والحوار -الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة -
3.2	ينمي مهارات التفكير والعمل الجماعي.	V2 ٢ق	-الأنشطة الفردية والجماعية	- الملاحظة
٣,٣	يتعاون مع زملائه ضمن مجموعات الأنشطة الأكاديمية والطلابية	V2 ٢ق	-المناقشة والحوار -الأنشطة الفردية والجماعية	الملاحظة -

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	تسويق المحتوى: التعريفات / الأهمية والأهداف	٤
٢	تسويق المحتوى: التقنيات	٢
٣	أساسيات تسويق المحتوى	٢
٤	استراتيجيات تسويق المحتوى	٤
٥	تسويق المحتوى: إبداع المحتوى.	٢
٦	تسويق المحتوى: بناء إرشادات العلامة التجارية	٢
٧	محتوى تسويق المحتوى البحث / الفرص	٤

معتمد نهائي



٢	استخدام تسويق المحتوى من أجل (SEO)	٨
٢	استخدام التسويق بالمحتوى للتسويق عبر البريد الإلكتروني	٩
٢	إنشاء ومشاركة محتوى الوسائط الاجتماعية: التعريفات / الأهمية.	١٠
٤	إنشاء ومشاركة تخطيط / تنسيق / استراتيجيات محتوى الوسائط الاجتماعية	١١
٣٠	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	واجب ورقي فردي استراتيجيات تسويق المحتوى يسلم داخل الفصل	الأسبوع الثالث	10%
٢	واجب الكتروني فردي عن (محتوى تسويق المحتوى البحث / الفرص)	الأسبوع الخامس	10%
٣	مشروع نقاشي جماعي بالفصل عن استخدام التسويق بالمحتوى للتسويق عبر البريد الإلكتروني.	الأسبوع السابع	10%
٤	الاختبار الفصلي	الأسبوع التاسع	20%
٥	مشروع نقاشي جماعي بالفصل عن إنشاء ومشاركة محتوى الوسائط الاجتماعية.	الأسبوع الثالث عشر	10%
٦	الاختبار الفصلي	السادس عشر/السابع عشر	40%
	النتيجة الإجمالية للتقييم		100%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

(١) عباس صحراوي ومحمد الأغا، الشامل للتسويق بالمحتوى، تاريخ النشر: ٦ مايو ٢٠٢٣، كتاب اليكتروني pdf

- دليل المحتوى في التواصل الاجتماعي د. أحمد بن سهيل عجينه ، تاريخ النشر: ٦ مايو , ٢٠٢٣ ، كتاب اليكتروني pdf

- Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision”,
- Ariganello , Melissa.2016.” Creating The Brands, We Trust: How Organizations In The Lifestyle Category Build Consumer Trust Through Effective Branding And Content Marketing In The 21st Century
- Ahmad, Nur Shakira & Musab, Rosidah& Harun, Moir Harris Mior. 2016.” The Impact Of Social Media Content Marketing)Smcm(Towards Brand Health”
- Ansari ,Sinoski & Ansari, Ghishwa & Ghori , Muhammad Umar & Kaz , Abdul Ghafoor .2019. ” Impact Of Brand Awareness And Social
- Adam Torbert, (2019), Digital Marketing, Content

المرجع الرئيس للمقرر

المراجع المساندة

معتمد نهائي



Marketing And Niche Selection:	
- المواد الإلكترونية - المواقع - جريدة الاقتصاد الإلكتروني	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 الضرورة)، مع مستلزمات عرض الشرائح التعليمية	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
رأي الطلاب عن طريق الاستبيانات السابقة واللاحقة لتدريس المقرر.	الطلاب	فاعلية التدريس
- مراجعة النظر - التحقق الخارجي بواسطة عضو هيئة تدريس آخر. - تصحيح عينة بواسطة عضو آخر من برنامج مماثل	- المراجع النظر - لجنة الجودة - أعضاء هيئة التدريس	فاعلية طرق تقييم الطلاب
- بطاقة الملاحظة - الاستبيانات	- الطلاب - أعضاء هيئة التدريس	مصادر التعلم
- الاختبارات. - التقييمات والواجبات. - الاستبيانات	- أعضاء هيئة التدريس	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).

ز. اعتماد التوصيف:

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

معتمد نهائي

