Republic of Yemen

الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

توصيف مقرر: التسويق الالكتروني

صنعاء 2016

Republic of Yemen

الجمهورية اليمنية

كلية: العلوم الادارية	توصيف مقرر التسويق الالكتروني	قسم: التسويق

أولا: المعلومات العامة عن المقرر:						
.1	اسم المقرر:	التسويق الالكتروني				
.2	رمز المقرر ورقمه:					
.3	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب	الإجمالي
		3				3
.4		الرابع – الفصل الثاني				
.5	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):	مبادئ التسويق				
.6	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):					
.7	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج ادارة التسويق				
.8	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية				
.9	نظام الدراسة:	التعليم عن بعد				
.10	أسلوب الدراسة في البرنامج:					
.11	مكان تدريس المقرر:	الحرم الجامعي				
.12	اسم معد مواصفات المقرر:	د. عباس السالمي				
.13	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2016م				

ثانيا: وصف المقرر:

يركز هذا المقرر على استخدام الانترنت والتقنيات الأخرى كأدوات للتسويق الفعال. وسوف يتعلم الطلاب كيفية تأثير تلك التقنيات علي البيئة التسويقية، والمستهلكين، وعناصر المزيج التسويقي، وتوضيح تطبيقاتها في مجال الخطة التسويقية للمنظمة.

ثالثا: مخرجات التعلم:

يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:

A المعرفة والفهم

1- تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للتسويق الإلكتروني

2- أن يتعرف الطالب على الفرص والتحديات المقدمة من استخدام التسويق الإلكتروني .

3- أن يتعرف الطالب على أثر التسويق الالكترونى على المزيج التسويقى .

B المهارات الذهنية

1- أن يدرك الطالب نظام المعلومات التسويقية للتسويق الالكترونى.

2- أن يدرك الطالب الدور الذى يقدمه التسويق الالكترونى كأدة للميزة التنافسية

3- أن يدرك الطالب نماذج وأساليب التسويق الالكترونى

C. المهارات العملية المهنية

1- ان يستوعب الطالب نظام المعلومات التسويقية للتسويق الالكترونى. 2- تحديد الخصائص النموذجية للعملاء المستخدمين لوسائل إليكترونية. 3- وصف ملامح موقع الويب التي تشجع على اندماج العميل وتفاعله 1. D-المهارات العامة ١-استثمار معرفته في المعلومات في التطبيق العملي والأتصال مع المعنين في العمل التسويقي. ٢ -ربط المعرفة النظرية بممارسات عملية في الواقع المحلي والدولي 2.العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجةِ.

رابعا: مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
1- تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للتسويق الالكترونى 2- أن يتعرف الطالب على الفرص والتحديات المقدمة من إستخدام التسويق الالكترونى . 3- أن يتعرف الطالب على أثر التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقى .	-المحاضرة الدراسية. تقديم المحاضرات عن طريق الشرح من خلال عرض على برنامج بوربوينت، مع تقديم أمثلة مباشرة من السوق -الحوار العلمي. -التعلم الذاتى	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية.

خامسا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
1- أن يدرك الطالب نظام المعلومات التسويقية للتسويق الالكترونى. 2- أن يدرك الطالب الدور الذى يقدمه التسويق الالكترونى كأدة للميزة التنافسية 3- أن يدرك الطالب نماذج وأساليب التسويق الالكترونى	١-المحاضرة التقليدية ٢-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت. ٣-الحوار المتبادل. ٤-المواقف الحوارية.	١-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة. ٢-الاختبارات التحريرية والشفهية. ٣-المواقف العملية) توظيف ما حصله الطالب في المناقشات الكلامية ، والكتابية ٤-التقويم الذاتي من قبل الطالب استبانات

سادسا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
1- ان يستوعب الطالب نظام المعلومات التسويقية للتسويق الالكترونى. 2- تحديد الخصائص النموذجية للعملاء المستخدمين لوسائل إليكترونية. 3- وصف ملامح موقع الويب التي تشجع على اندماج العميل وتفاعله.	١-المحاضرة التقليدية ٢-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت . ٣-الحوار المتبادل . ٤-المواقف الحوارية.	١-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة . ٢-الاختبارات التحريرية والشفهية . ٣-المواقف العملية (توظيف ما حصله الطالب في المناقشات والحوارات الكلامية ، والكتابية ٤-التقويم الذاتي من قبل الطالب

		(استبانات).

سابعا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر/ العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
١-استثمار معرفته في المعلومات في التطبيق العملي والأتصال مع المعنين في العمل التسويقي. ٢ -ربط المعرفة النظرية بممارسات عملية في الواقع المحلي والدولي 2.العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجةِ.	١-المحاضرة التقليدية ٢-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت . ٣-الحوار المتبادل . ٤-المواقف الحوارية.	١-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة . ٢-الاختبارات التحريرية والشفهية . ٣-المواقف العملية (توظيف ما حصله الطالب في المناقشات والحوارات الكلامية ، والكتابية ٤-التقويم الذاتي من قبل الطالب (استبانات).

ثامنا: موضوعات المقرر الرئيسة والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

الرقم	الوحدات	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	المخرجات
1	لمفاهيم الأساسية للتسويق الالكترونى المتطلبات الأساسية للتسويق الالكترونى	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.
2	• الفرص والتحديات التي تواجه التسويق الالكتروني	1	3	A1,A2.,B1,B2.B3C1.C2.
3	• اثر استخدام التسويق الالكترونى على المزيج التسويقى • إدارة العلاقات العامة بالعملاء الكترونيا	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3 C1.C2.C3D
4	• : نظام المعلومات التسويقية للتسويق الالكترونى وعناصر نجاحه • التسويق الالكترونى كأدة للميزة التنافسية	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2 ..C3.D1.D2.D3
5	• نماذج التسويق الالكترونى • اساليب العمل بالتسويق الإلكتروني • الجانب العملي للتسويق الإلكتروني .	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2 ..C3.D1.D2.D3
		5	15	

تاسعا: استراتيجية التدريس:
محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية
مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التعيينات والتكليفات:

الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	جميع المخرجات	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	التكاليف	جميع الأسابيع	10	%10	جميع المخرجات
2	الأنشطة	جميع الأسابيع	10	%10	جميع المخرجات
3	الاختبار النصفي	الأسبوع 3	20	%20	جميع المخرجات
4	الاختبار النهائي	الأسبوع الأخير	60	%60	جميع المخرجات
	المجموع		100	%100	

الحادي عشر: مصادر التعلم:

المرجع الرئيس

يوسف حسن يوسف. التسويق الالكتروني ، القاهرة. المركز القومي .2013

المراجع المساعدة

-

مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)

1- المجلات والدوريات والمواقع الإلكترونية.
2- - محركات البحث العلمية المختلفة
3- - المكتبة الرقمية
4- صحفية الاقتصاد الالكتروني.
5- المكتبة الشاملة

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:
الحضور والغياب: تحددها لائحة شؤون الطلاب
الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة اذا تكرر حضوره المتأخر اكثر من مرة.
ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
سياسات أخرى: تحددها لائحة شؤون الطلاب

خطة مقرر: التسويق الالكتروني

I. معلومات عن مدرس المقرر: مهارات البيع وادارة المبيعات							
الاسم	د.عباس السالمي	الساعات المكتبية (3/ أسبوعيا)					
المكان ورقم الهاتف		السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس
البريد الإلكتروني							

II. معلومات عامة عن المقرر:						
1.	اسم المقرر:	التسويق الالكتروني				
2.	رمز المقرر ورقمه:					
3.	الساعات المعتمدة للمقرر:	الساعات				المجموع
		نظري	سمنار	عملي	تدريب	
		3				3
4.	المستوى والفصل الدراسي:	المستوى الرابع الفصل الثاني				
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):	لا يوجد				
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):					
7.	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:	بكالريوس تسويق				
8.	لغة تدريس المقرر:	قاعات قسم التسويق				
9.	مكان تدريس المقرر:	د. عباس السالمي				

ثانيا: وصف المقرر:

يركز هذا المقرر على استخدام الانترنت والتقنيات الأخرى كأدوات للتسويق الفعال. وسوف يتعلم الطلاب كيفية تأثير تلك التقنيات علي البيئة التسويقية، والمستهلكين، وعناصر المزيج التسويقي، وتوضيح تطبيقاتها في مجال الخطة التسويقية للمنظمة

اهداف المقرر

1- تزويد الطالب بالمعارف والمهارات في مجال التسويق الالكتروني
2- تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة النشاط التسويقي الالكتروني
3- تعريف الطالب بمفهوم وطبيعة النشاط التسويقي الالكتروني وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة.
4- ان يستوعب الطالب نظام المعلومات التسويقية للتسويق الالكترونى.
5- تحديد الخصائص النموذجية للعملاء المستخدمين لوسائل إليكترونية

ثامنا: موضوعات المقرر الرئيسة والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

الرقم	المواضيع المقررة	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	لمفاهيم الأساسية للتسويق الالكترونى المتطلبات الأساسية للتسويق الالكترونى	1	3
2	• الفرص والتحديات التي تواجه التسويق الالكتروني	1	3
3	• اثر استخدام التسويق الالكترونى على المزيج التسويقى • إدارة العلاقات العامة بالعملاء الكترونيا	1	3
4	• : نظام المعلومات التسويقية للتسويق الالكترونى وعناصر نجاحه • التسويق الالكترونى كأدة للميزة التنافسية	1	3
5	• نماذج التسويق الالكترونى • اساليب العمل بالتسويق الإلكتروني • الجانب العملي للتسويق الإلكتروني .	1	3
		5	15

III. استراتيجية التدريس

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	لا يوجد		
2			
3			
4			
5			
إجمالي الأسابيع والساعات			

المحاضرة، حل المشكلات، المجموعات، المناقشة، التدريبات، التطبيق العملي، الأبحاث والمشاريع، مناقشة جماعية، تكاليف فردية وجماعية

IV. التكليفات / المهام:			
الرقم	**التكليف/النشاط**	**الأسبوع**	**الدرجة** (إن وجدت)
1	**حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي**	**نهاية كل وحدة موضوعية**	**10 درجات بنسبة 10%**

V. تقويم التعلم:				
الرقم	**موضوعات التقويم**	**موعد التقويم/ اليوم والتاريخ**	**الدرجة**	**الوزن النسبي**
.1	جميع الوحدات	نهاية كل وحدة	10	**%10**
.2	جميع الوحدات	جميع الأسابيع	10	**%10**
3	الوحدات التي تم تدريسها	الاختبار النصفي	20	**%20**
4	جميع الوحدات	في الامتحانات	60	60%
	المجموع			

VI. مصادر التعلم:
1. المراجع الرئيسة:
١- يوسف حسن يوسف. التسويق الالكتروني ، القاهرة. المركز القومي .2013
2. المراجع المساعدة:
-
3. مواد إلكترونية وإنترنت
المجلات العملية والدوريات والمواقع الالكترونية

تاسعا: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:
الحضور والغياب: تحددها لائحة شؤون الطلاب
الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة اذا تكرر حضوره المتأخر اكثر من مرة.
ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.

الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
سياسات أخرى: تحددها لائحة شؤون الطلاب