



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: قنوات الاتصال التسويقي
رمز المقرر: 312تسق- 3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: كلية الاعمال
المؤسسة: كلية الاعمال
نسخة التوصيف: الأول
تاريخ آخر مراجعة: 1441/6/20



المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:		3	
2. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	v	متطلب مسار
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثالثة – المستوى السادس	
4. الوصف العام للمقرر يتطرق هذا المقرر إلى مفهوم الاتصالات بصفة عامة و الاتصالات التسويقية المتكاملة بصفة خاصة و إلى أهم عناصره و كيفية إدارتها قياسها (الإعلانات، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، البيع الشخصي)			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 101 تسق-3			
6. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر يسعى هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمبادئ العامة للاتصال التسويقي و مكانة قنوات الاتصال التسويقي في إستراتيجيات التسويق و كذلك مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة. يهدف أيضا هذا المقرر الى التعريف بأهم وظائفها و دورها في التعريف بالمنتجات و تحفيز الأشخاص المستهدفين على الشراء و كذلك أهداف و كيفية إدارة و وضع ميزانيات عناصر المزيج الترويجي داخل المنظمات			

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	2	67
2	التعليم الإلكتروني	1	33
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	***	***
4	التعليم عن بعد	***	***

2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100
2	معمل أو إستوديو	***	***
3	ميداني	***	***
4	دروس إضافية	***	***
5	أخرى	***	***
	الإجمالي	45	100

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	يذكر المفاهيم الرئيسية و المبادئ و النظريات في مجال الاتصال التسويقي	1ع	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
2.0	المهارات			
2.1	يخطط لحملة ترويجية للمنتجات و الخدمات	1م	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
1.3	يعمل في مجال الاتصال بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية	1ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.3	يلتزم بروح الفريق لإدارة النشاط الترويجي للمنظمات	2ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.3	يطور من نفسه في مجال الاتصال التسويقي	3ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
4.3	يلتزم بالنزاهة في التواصل مع الاسواق	4ق	دراسة حالة حل مشكلات	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
			مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	الإختبارات المقالية المناقشات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الإتصالات مفهوم الإتصالات – تعريف الإتصالات – خطوات الإتصالات الشخصية – الإتصالات داخل المنظمات	6
2	الإتصالات التسويقية مفهوم الإتصالات التسويقية – نموذج عملية الإتصالات التسويقية – التدرج الهرمي للإستجابة في الإتصالات التسويقية	6
3	الإتصالات التسويقية المتكاملة مفهوم الإتصالات التسويقية المتكاملة – التعريف – المبادئ – الخصائص المميزة – المنافع المتحققة – الإختلافات مع الإتصالات التسويقية	6
4	التخطيط للإتصالات التسويقية تحليل الحالة – أهداف الترويج – إستراتيجية الإتصال التسويقية – مزيج الإتصالات – الجدولة – الموارد – الرقابة و التقييم	9
5	الإعلان مفهوم الإعلان – أنواع الإعلان – أهداف الإعلان – إختيار وسيلة الإعلان – ميزانية الإعلان	6
6	ترويج المبيعات تعريف – أهمية ترويج المبيعات – الأهداف – أدوات ترويج المبيعات	3
7	البيع الشخصي تعريف – أهمية البيع الشخصي – واجبات البيع الشخصي – مهارات رجل البيع الشخصي – أنماط البيع الشخصي – تقدير حجم القوة البيعية و تحديد مصادر الحصول عليها – هيكلية القوة البيعية	3
8	العلاقات العامة تعريف – مهام العلاقات العامة – الوسائل المستخدمة	6
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	7	20
2	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 15	30



م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
3	الاختبار النهائي	15	50

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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

أ.د. ثامر البكري (2009). الإتصالات التسويقية و الترويج. دار الحامد للنشر و التوزيع	المرجع الرئيس للمقرر
د/علي فلاح الزعبي (2010). الإتصالات التسويقية. دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة	
د/طلعت أسعد عبد الحميد (2006). الإتصالات التسويقية المتكاملة طريقك المباشر إلى قلب و فكر العميل. مكتبة الشقري	المراجع المساندة
د/محمد عبده حافظ (2009). المزيج الترويجي البيع المباشر و الدعاية. دار الفجر للنشر و التوزيع	
Kotler, P. & Keller, K. (2012). Marketing Management. Prentice Hall, 14th Edition.	
Dibb & Ferrell (2006). Marketing Concepts and Strategies. Fifth European Edition. Cengage Learning	المصادر الإلكترونية
تحدد بواسطة أستاذ المقرر (مواقع واب)	
***	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعات مجهزة	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
عرض الشرائح على video projector	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي المقابلات

طرق التقييم	المقيّمون	مجالات التقييم
استطلاعات الرأي المقابلات الزيارات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – الموظفون – المراجع المستقل	مصادر التعلم
استطلاعات الرأي	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
استطلاعات الرأي المقابلات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	أخرى

المقيّمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس القسم
رقم الجلسة	الثامن
تاريخ الجلسة	1441/6/20هـ