



مفردات مادة التسويق الالكتروني
العام الجامعي 1437/1436 هـ
برنامج التعليم عن بعد



<u>عدد الوحدات</u> 3	<u>أستاذ المادة</u> أ. سماء سراج عابد بريد الالكتروني SSY.ABED@GMAIL.COM	<u>رمز المقرر</u> MRK 415	<u>اسم المقرر</u> التسويق الالكتروني
	وقت المحاضرة: الثلاثاء (18:30 – 20:00)		
MRK 152			المتطلبات السابقة
<p>وصف المقرر:</p> <p>باتت منشآت الأعمال مضطرة لتغيير ممارستها ونشاطها ورسالتها استجابة للسرعة الهائلة مع المتغيرات التكنولوجية التي أخذت تتصاعد خلال العشر سنوات المنصرمة، وقد أدت مثل هذه التغييرات الجوهرية في مضمار الأعمال إلى ظهور نموذج تنافسي جديد للأعمال مبني على الأعمال الالكترونية وهو نموذج رائد لا ينتمي للأعمال التقليدية وإنما يركز على الإنترنت والتسويق الالكتروني.</p>			
<p>أهداف المادة:</p> <ol style="list-style-type: none">1. التواصل المباشر بين المعلن والمستهلك .2. المرونة في توصيل الرسالة الإعلانية بأسلوب مبتكر.3. وجود الإعلان بصفة متكررة ودائمة أمام المستهلكين.4. تقنيات التصميم تتيح وضع الإعلان بأشكال متغيرة ومؤثرات خاصة مثل الفلاش والصور المتحركة5. التركيز على التحول الهائل من برامج التسويق التقليدية إلى التجارة عن طريق التسويق الالكتروني			



مفردات مادة التسويق الالكتروني
العام الجامعي 1437/1436 هـ
برنامج التعليم عن بعد



مكونات المادة:

توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

ملاحظة	الموضوع
مطلوب	الفصل الأول: مدخل إلى الأعمال الالكترونية
مطلوب	الفصل الثاني: نظام المعلومات التسويقية للأعمال
	الفصل الثالث: إدارة التمييز كمدخل لمواجهة المنافسة
مطلوب	الفصل الرابع : مدخل إلى عصر الخدمة الالكترونية
مطلوب	الفصل الخامس: التسويق الالكتروني
مطلوب	الفصل السادس: التخطيط الاستراتيجي للتسويق الالكتروني
مطلوب	الفصل السابع : الإنترنت وتسويق الخدمات عبر الإنترنت
مطلوب	الفصل الثامن : تسعير المنتجات المباعة عبر الإنترنت
مطلوب	الفصل التاسع : الإعلان عبر الإنترنت
مطلوب	الفصل العاشر : : التوزيع في عصر الإنترنت
مطلوب	الفصل الحادي عشر: المجتمعات الافتراضية
مطلوب	الفصل الثاني عشر: الخصوصية وأمن المعومات
	الاختبار النهائي

المخرجات المتوقعة:

عند الانتهاء من دراسة هذا المقرر، سوف يكون الطالب قادرا على:

1. معرفة نموذج الأعمال الالكترونية
2. ماهية تأثير ووقع الأعمال الالكترونية
3. تحديات التسويق الالكتروني
4. المزيج التسويقي الالكتروني



مفردات مادة التسويق الإلكتروني
العام الجامعي 1437/1436 هـ
برنامج التعليم عن بعد



5. إعداد إستراتيجية التسويق الإلكتروني
6. دور الإنترنت في تغيير قواعد التسويق الدولي
7. الجانب الاستراتيجي للمؤسسات الافتراضية
8. أمن المعلومات في الإنترنت

الكتاب المقرر:

التسويق الإلكتروني - تأليف الدكتور / محمد سمير أحمد
الطبعة الأولى 2009 دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .

المراجع المساندة:

التسويق الإلكتروني - تأليف الدكتور/ يوسف أحمد أبو فارة
سنة الطبعة 2012 دار وائل للنشر .

طريقة التقييم:

الاختبار النهائي	من خلال نظام إدارة التعلم الإلكتروني والفصول الافتراضية		
	المشاركة في المنتدى الخاص بالمادة احد هذه المنتديات (مناقشة مشروع العمل) (عدد 3)	عدد 4 واجبات خلال الفصل لكل واجب 3 درجات	عدد 2 اختبار فصلي لكل اختبار 6 درجات
70 درجة	6 درجات	12 درجة	12 درجات
	100 درجة		نسبة التقييم النهائية

ملحوظة في حال تغيب الطالب بنسبة (25%) - أي ما يعادل (4) محاضرات- من المحاضرات المقدمة من خلال نظام الفصول الافتراضية Blackboard، يرصد للطالب تقدير محروم (DN) ويمكن احتساب إعادة تشغيل المحاضرة من قبل الطالب حضورًا.