



خطة مقرر: تسويق إلكتروني

معلومات عن أستاذ المقرر							
Information about Faculty Member Responsible for the Course							
الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours						د. عبد الكريم الدعيس	الاسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.	
						البريد الإلكتروني E-mail	

معلومات عامة عن المقرر				
:General information about the course				
تسويق إلكتروني		اسم المقرر Course Title	١	
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢	
المجموع Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			٣
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture	
3	-	-	3	
المستوى الرابع الفصل الدراسي الثاني		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤	
مبادئ التسويق		المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites	٥	
لا توجد		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisite	٦	
برنامج بكالوريوس تسويق		البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر Program (s) in which the course is offered	٧	
العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨	
مبنى كلية التجارة-جامعة صنعاء		مكان تدريس المقرر Location of teaching the course	٩	

ملاحظة: الساعة المعتمدة للعملي وللتمارين تساوي ساعتين فعليتين خلال التدريس.

iii. وصف المقرر : Course Description



يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بأساسيات التسويق الإلكتروني ودورها في تحسين وازدهار المؤسسات التجارية ، كما يركز المقرر على تعريف الطلاب بأساليب تسويق الخدمات على الإنترنت، المنافسة بين منظمات الأعمال الإلكترونية، المجتمعات الافتراضية، أمن الأعمال الإلكترونية، إضافة إلى خدمات المستهلك وعمليات التسوق والشراء عبر الإنترنت، نظام المعلومات التسويقية عبر الإنترنت.

#### iv. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) :Course Intended Learning Outcomes:

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- يُعرف المفاهيم والمبادئ الأساسية للتسويق الإلكتروني
  - يشرح وظائف التسويق الإلكتروني وتطبيقات أدوات وتقنيات التسويق الإلكتروني في الواقع العملي.
  - يظهر معرفة وفهم بنظام المعلومات التسويقية عبر الإنترنت والجانب العملي للتسويق الإلكتروني.
  - b1- يحلل واقع المنافسة بين منظمات الأعمال الإلكترونية
  - b2- يميز بين أنواع وتطبيقات التسويق الإلكتروني
  - b3- يقيم كفاءة عمليات التسوق والشراء عبر الإنترنت.
  - c1- يعد نماذج للتسويق الإلكتروني والمزيج التسويقي الإلكتروني.
  - c2- يطبق التسويق الإلكتروني في تسويق الخدمات.
  - d1- يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية.
  - d2- يستخدم شبكة الإنترنت للاستفادة من الدوريات والمجلات العلمية ذات الصلة بالتسويق الإلكتروني
  - d3- يستخدم بكفاءة وسائل التقنية الحديثة من خلال البحث في شبكة الإنترنت والحاسب الآلي للتنقيب عن واستخراج المعلومات.

#### محتوى المقرر :Course Content

##### أولاً: الموضوعات النظرية :Theoretical Aspect

الرقم Order	الوحدات (الموضوعات الرئيسية) Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics	الأسبوع Week Due	الساعات الفعلية Con. H
1	التسويق الإلكتروني	<ul style="list-style-type: none"> <li>● مفهوم التسويق الإلكتروني</li> <li>● مزايا تطبيق التسويق الإلكتروني</li> <li>● نموذج Arthur للتسويق الإلكتروني</li> <li>● فاعلية التسويق الإلكتروني</li> <li>● المزيج التسويقي الإلكتروني</li> </ul>	W1	3
2	المنافسة بين منظمات الأعمال الإلكترونية	<ul style="list-style-type: none"> <li>● واقع المنافسة بين منظمات الأعمال الإلكترونية</li> <li>● نموذج القوى التنافسية الخمس لبورتر في أعمال الإنترنت</li> <li>● خطة الأعمال عبر الإنترنت</li> <li>● المنافسة السعرية وغير السعرية بين المنظمات على الإنترنت</li> </ul>	W2 w3	6
3	تسويق الخدمات على الإنترنت	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ماهية الخدمة</li> <li>● خصائص الخدمات</li> <li>● خدمات شائعة على الإنترنت</li> </ul>	W4	3



6	W5 w6	<ul style="list-style-type: none"><li>• دور موقع الويب (موقع المتجر)</li><li>• فاعلية موقع الويب</li><li>• عناصر مهمة في موقع المتجر الإلكتروني (موقع الويب)</li><li>• مواصفات المتجر الإلكتروني الجيد</li><li>• عناصر مهمة في تصميم المتجر الإلكتروني</li><li>• لغة المتجر الإلكتروني</li></ul>	تسويق الخدمات على الإنترنت	4
3	W7	Mid-term Exam		5
6	W8 w9	<ul style="list-style-type: none"><li>• مفهوم المجتمعات الافتراضية</li><li>• استخدامات المجتمعات الافتراضية</li><li>• خصائص المجتمع الافتراضي</li><li>• أهمية دراسة المجتمعات الافتراضية</li><li>• أهمية المجتمعات الافتراضية في المجال التسويقي</li><li>• أسباب ظهور وتنامي المجتمعات الافتراضية في المجال التسويقي</li><li>• مؤشرات نجاح المجتمعات الافتراضية</li><li>• نموذج المجتمع الافتراضي</li></ul>	المجتمعات الافتراضية	6
6	W10 w11	<ul style="list-style-type: none"><li>• مفهوم أمن الأعمال الإلكترونية</li><li>• تقويم أمن الأعمال الإلكترونية عبر الإنترنت</li><li>• أمن التعاملات المالية</li><li>• مواصفات التعاملات الإلكترونية الآمنة</li><li>• أساليب الدفع في الأعمال الإلكترونية</li></ul>	أمن الأعمال الإلكترونية	7
6	W12 w13	<ul style="list-style-type: none"><li>• مفهوم التسوق الإلكتروني</li><li>• المشتري عبر الإنترنت</li><li>• كسب زبائن جدد والاحتفاظ بالزبائن الحاليين</li><li>• كيفية استقطاب الزبائن إلى المتجر الإلكتروني</li><li>• خدمات دعم الزبون</li><li>• سلوك المشتري عبر الإنترنت</li><li>• أدوات خدمات الزبون</li></ul>	خدمات المستهلك وعمليات التسوق والشراء عبر الإنترنت	8
6	W14 w15	<ul style="list-style-type: none"><li>• مفهوم نظام المعلومات التسويقية عبر الإنترنت</li><li>• أهمية نظام المعلومات التسويقية عبر الإنترنت</li><li>• طبيعة النظام المطلوب</li><li>• الإنترنت مصدر البيانات والمعلومات</li><li>• مجالات اهتمام النظام</li><li>• محددات الاحتياجات من البيانات والمعلومات</li><li>• خصائص نظام المعلومات التسويقية عبر الإنترنت</li></ul>	نظام المعلومات التسويقية عبر الإنترنت	9
3	W16	Mid-term Exam		10
48	16	عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies
المحاضرات



- التعلم التعاوني
- العروض التوضيحية
- العصف الذهني
- تمثيل الأدوار
- الحوار والمناقشة
- التعلم الذاتي
- التعلم بالاكتشاف
- كتابة التقارير
- التطبيق العملي
- العرض المرئي
- حل المشكلات

أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
أسبوعياً	5	أنشطة وتكاليف فردية	1
أسبوعياً	5	الحضور والمشاركة الصفية	2
10-12	5	تقارير وعروض	3
10-13	5	حالة عملية/ مشروع جماعي	4
==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

نسبة الدرجة إلى الدرجة Proportion النهائية of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
20%	20	أسبوعياً	أنشطة وتكاليف فردية	1
20%	20	8	اختبار تحريري نصفى	2
60%	60	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	3
100%	100	Total	الإجمالي	

مصادر التعلم Learning Resources: كتابة المراجع للمقرر (اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).
1. المراجع الرئيسية Required Textbook(s): ( لا تزيد عن مرجعين) - التسويق الإلكتروني/ عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت , د. يوسف أحمد أبو فارة , 2016 , دار وائل للنشر , عمان , الأردن
2. المراجع المساندة Essential References: 1- لتسويق الإلكتروني, عبد الله فرغلي و ريم عبد الرحمن الفيصلي(2018) الطبعة 1 , ادراك للنشر والتوزيع. 2- الاستراتيجيات التسويقية في الإنترنت , د. بشير العلان , 2014 , دار المناهج , عمان_ الأردن
3. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت etc. ... Electronic Materials and Web Sites etc. ... Journals Journal of Academy of Marketing Science



جامعة صنعاء  
كلية التجارة والاقتصاد  
قسم إدارة الأعمال  
برنامج التسويق

Journal of Marketing  
Journal of Consumer Research  
Websites  
[www.emerald-library.com](http://www.emerald-library.com)

رئيس الجامعة  
د/القاسم العباس

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة  
د/هدى العماد

عميد الكلية  
د/مشعل الريفى

نائب العميد لشئون الجودة  
د/ناصر الطويل

رئيس القسم  
د/فضل المحمودى



<b>i. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies</b>	
<b>بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:</b>	
١	<b>سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance:</b> - يلتزم الطالب بحضور ٧٥٪ من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريرا بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
٢	<b>الحضور المتأخر Tardy:</b> - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
٣	<b>ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality:</b> - لا يسمح للطالب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
٤	<b>التعيينات والمشاريع Assignments &amp; Projects:</b> - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكليف الذي تأخر في تسليمه.
٥	<b>الغش Cheating:</b> - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شئون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.
6	<b>الانتحال Plagiarism:</b> - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	<b>سياسات أخرى Other policies:</b> - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف ..... الخ



جامعة صناعاء  
كلية التجارة والاقتصاد  
قسم إدارة الاعمال  
برنامج التسويق

---

---

رئيس الجامعة  
د/القاسم العباس

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة  
د/هدى العماد

عميد الكلية  
د/مشعل الريفي

نائب العميد لشئون الجودة  
د/ناصر الطويل

رئيس القسم  
د/فضل المحمودي