

نموذج (هـ)



المملكة العربية السعودية
جامعة الملك سعود
وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية
إدارة الخطط والبرامج الدراسية

خطة المقرر
Module Syllabus

Course title: Electronic Marketing	اسم المقرر: التسويق الإلكتروني
Course number and code: MARR 2411	رقم المقرر ورمزه: ٢٤١١ تسر
Prerequisite: MARR 2313	المتطلب السابق للمقرر: ٢٣١٣ تسر
Medium of Instruction: Arabic	لغة تدريس المقرر: العربية
Course Level: 4	مستوى المقرر: الرابع
Credit Hours : 2 (1+1)	الساعات المعتمدة: ٢ (١+١)

Module Description

وصف المقرر :

This course explores the impact of the Internet, the World Wide Web, and emerging technological innovations on the marketing of goods and services. It examines consumer response to these innovations and factors that lead to the adoption of these new technologies. Students will examine electronic technologies and their impact on marketing strategy, consumer behavior, market segmentation, positioning, and communication strategies in particular. An emphasis is placed on the utilization of traditional marketing concepts within the emerging electronic environment.	يستكشف هذا المقرر أثر الإنترنت، والشبكة العالمية، والابتكارات التكنولوجية الناشئة على تسويق السلع والخدمات. كما يفحص هذا المقرر استجابة المستهلك لهذه الابتكارات والعوامل التي تؤدي إلى اعتماد هذه التكنولوجيات الجديدة. سيقوم الطلاب بفحص التقنيات الإلكترونية وأثرها على استراتيجية التسويق وسلوك المستهلك، وتجزئة السوق، وتحديد المواقع، واستراتيجيات الاتصال على وجه الخصوص. وينصب التركيز في هذا المقرر على استخدام مفاهيم التسويق التقليدية في البيئة الإلكترونية الناشئة.
---	--

Module Aims

أهداف المقرر :

To provide an introduction into recent and expected technological changes and how these changes alter traditional marketing practices.	يهدف المقرر إلى تقديم مدخل إلى التغييرات التكنولوجية الحديثة والمتوقعة على النشاط التسويقي وكيف أثرت هذه التغييرات على ممارسات التسويق التقليدية.
--	---



Student Learning Outcomes:

الأهداف التعليمية للمقرر:

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذه المقرر أن يكون قادرا على:

Upon satisfactory completion of this course, the student will be able to

1. Gain an understanding of the e-marketing concepts, theories and practices needed by the successful manager in today's business environment.	١. فهم عميق لمفاهيم التسويق الإلكتروني والنظريات والممارسات التي يحتاجها المدير الناجح في بيئة الأعمال اليوم.
2. Develop a basic knowledge of the role of the strategic marketing plan in business decisions.	٢. تطوير المعرفة الأساسية لدور خطة التسويق الاستراتيجية في القرارات التجارية.
3. Understand the impact of the environment, the customer and the competition on the organization's e-marketing strategy.	٣. فهم تأثير البيئة، والعملاء والمنافسة على استراتيجية التسويق الإلكتروني للمنظمة.
4. Understand how research methods can be used effectively on the Internet.	٤. فهم كيفية استخدام أساليب البحث بشكل فعال على شبكة الإنترنت.
5. Acquire an in-depth knowledge of how the marketing variables of product, price, promotion and distribution are used in executing e-marketing strategies.	٥. اكتساب معرفة متعمقة لكيفية استخدام المتغيرات التسويقية للمنتج والسعر والترويج والتوزيع في تنفيذ استراتيجيات التسويق الإلكتروني.
6. Formulate e-marketing strategies that offer value to customers while increasing organizational competitiveness and profits.	٦. صياغة استراتيجيات التسويق الإلكتروني التي تقدم قيمة للعملاء مع زيادة القدرة التنظيمية والأرباح.
7. Develop skills in evaluating and applying electronic marketing strategies to improve analytical thinking and communication skills.	٧. تطوير المهارات في تقييم وتطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني لتحسين التفكير التحليلي ومهارات الاتصال.
8. Develop Teamwork and leadership skills.	٨. تطوير مهارات العمل الجماعي والقيادة.

Text book and other requirements; الكتاب المقرر والمراجع المساندة:

اسم الكتاب	اسم المؤلف	اسم الناشر	سنة النشر
التسويق الإلكتروني	محمد عبدالعظيم ابو النجا	الجميلة للنشر	٢٠١٢
E-Marketing	Judy Strauss and Raymond Frost	Prentice Hall	2013

