



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: نظم معلومات التسويق
رمز المقرر: 253 تسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق و التجارة الإلكترونية
القسم العلمي: التسويق و التجارة الإلكترونية
الكلية: العلوم الإدارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18 - 2 - 1445 هـ





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



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:	3 ساعات معتمدة		
2. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	✓	✓
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		الرابع	
4. الوصف العام للمقرر يتحدث هذا المقرر عن نظم المعلومات التسويقية فيعطى خلفية عن التسويق والبيئة التسويقية، النظام التسويقي، مدخل الى نظم المعلومات، ماهية نظم المعلومات التسويقية ومكوناتها والمستلزمات الضرورية لها، نظم إدارة قاعدة البيانات التسويقية، نظم إدارة علاقات العملاء، نظم المعلومات التسويقية للأعمال الالكترونية.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر الى ان يلم الطالب بالتسويق والبيئة التسويقية، النظام التسويقي، مدخل الى نظم المعلومات، ماهية نظم المعلومات التسويقية ومكوناتها والمستلزمات الضرورية لها، نظم إدارة قاعدة البيانات التسويقية، نظم إدارة علاقات العملاء، نظم المعلومات التسويقية للأعمال الالكترونية.			

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45 ساعة	100%
2	التعليم الإلكتروني		
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
المعرفة والفهم				
1.0				
1.1	يتعرف على المهارات الأساسية المرتبطة بالمقرر.	1ع	- المحاضرات النظرية - العصف الذهني - الواجبات المنزلية الفردية	- الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات المنزلية
1.2	يوضح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمقرر والمصطلحات المرتبطة به.	2ع		
1.3	يذكر النظريات والمفاهيم الأساسية في مجال المقرر بما يعزز المركز التنافسي للشركة	3ع		
1.4	يشرح عناصر المزيج التسويقي وما يرتبط بها من أنشطة	4ع		
المهارات				
2.0				
2.1	يطبق المهارات المرتبطة بالمقرر	1م	- المحاضرات النظرية - العصف الذهني - الواجبات المنزلية الفردية	- الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات المنزلية
2.2	يحلل المداخل والاتجاهات المختلفة في مجال المقرر.	2م		
2.3	يقترح الحلول للمشاكل والمعوقات التسويقية المختلفة.	3م		
القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.0				
3.1	العمل ضمن فريق سواء كان قيادياً او عضواً فيه	1ق	التعلم الذاتي التكليفات والواجبات السمنارات والعروض التقديمية	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كانت ذلك بشكل فردي او ضمن فريق	2ق		
3.3	اظهار سلوك له علاقة بالقيم الاخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الاخرين	3ق		

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الوحدة الأولى : مقدمة في التسويق	3
2	الوحدة الثانية : البيئة التسويقية	3
3	الوحدة الثالثة : النظام التسويقي	3
4	الوحدة الرابعة : مدخل الى نظم المعلومات	3
5	الوحدة الخامسة : ماهية نظم المعلومات التسويقية	6
6	الوحدة السادسة : مكونات نظم المعلومات التسويقية	6
7	الوحدة السابعة : المستلزمات الضرورية لنظم المعلومات التسويقية	6
8	الوحدة الثامنة : نظم إدارة قاعدة البيانات التسويقية	6
9	الوحدة التاسعة : نظم إدارة علاقات العملاء	3
10	الوحدة العاشرة : نظم المعلومات التسويقية للأعمال الإلكترونية	6
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي الأول	الأسبوع السادس	15%
2	الاختبار الفصلي الثاني	الأسبوع الثاني عشر	15%
3	الواجبات	طول الفصل الدراسي	20%
4	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	50%
...			

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المدخل الى نظم المعلومات التسويقية، التاج محمد محمد علي حامد، طبعة 2019، دار الخليج العربي للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية	المرجع الرئيس للمقرر
نظم المعلومات التسويقية، فريد كورتل – لحرر حكيم، طبعة 2011، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر، عمان، الأردن.	المراجع المساندة
1-رابط المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
2-رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfni.gov.sa	
لا توجد	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالب	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
طابعة وسبورة مع اقلام وماسحة سبورة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر	عضو هيئة التدريس	فاعلية التدريس
غير مباشر	الطلاب	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر	أرباب العمل	مصادر التعلم
مباشر	عضو هيئة تدريس نظير	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة