

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

وثيقة تعريف مقرر تقنيات الإقناع والتسويق الاجتماعي

١- معلومات أساسية:

اسم المقرر	تقنيات الإقناع والتسويق الاجتماعي
رمز المقرر	TPSM241
ساعات الجلسات المسجلة	14
ساعات الجلسات المتزامنة	14
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	14
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	14
عدد الساعات المعتمدة	

٢- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

المقرر	الرمز
الاتصال والمجتمع مبادئ التسويق الإعلام ونظريات الاتصال	CS122
	PM154
	MCT131

٣. الهدف من المقرر:

تزويد الطالب بقاعدة معلومات أساسية حول مفهوم التسويق الاجتماعي من خلال ثلاثة محاور، هي:

١. محور التسويق التجاري (المفهوم . الأهمية . عناصر المزيج التسويقي والترويجي . الصورة الذهنية)

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

٢. محور التسويق الاجتماعي (المفهوم . الوظيفة . عناصر المزيج التسويقي والترويجي . تسويق الأفكار والخدمات)

٣. محور الإقناع (مفهوم الاتصال الاقناعي . نظريات الإقناع . تقنيات الإقناع)

٣- المحصّلات التعليميّة المرجوّة (ILO – Intended Learning Objectives / Outcomes):

بعد الاستكمال الناجح لهذا المقرر، سيصبح الطالب قادر على فعل ما يلي:

الرمز	المحصّلات التعليميّة المرجوّة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	إكساب الطالب معرفة عامة حول التسويق
ILO2	إكساب الطالب معرفة تخصصية في مجال التسويق الاجتماعي ضمن الإطار النظري
ILO3	إكساب الطالب معرفة تخصصية في مجال التسويق الاجتماعي ضمن الإطار التطبيقي
ILO4	إكساب الطالب معرفة تخصصية في مجال الاتصال الاقناعي ضمن الإطار النظري
ILO5	تدريب الطالب على التخطيط لحمات التسويق الاجتماعي للترويج للأفكار والخدمات من خلال الوظائف
ILO6	تدريب الطالب على تطبيق استخدام الأساليب الاقناعية في حمات التسويق الاجتماعي من خلال الوظائف

٤- محتوى المقرر: (١٤ ساعة مجموع الساعات المسجلة، ١٤ ساعة مجموع الساعات المتزامنة)

المحصّلات التعليميّة	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجّلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	استخلاص معلومات أساسية في مجال التسويق عامة			<input checked="" type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع	

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	<input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				
التدريب على حالات للتطبيق من خلال الوظيفة حول حملات التسويق الاجتماعي	<input checked="" type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			استخلاص معلومات أساسية في مجال التسويق الاجتماعي ملاحظة: - ابتعاد جزء كبير من المعلومات عن مفهوم التسويق الاجتماعي ومتطلباته - عدم وجود حالات تطبيقية	ILO2
التدريب على حالات للتطبيق من خلال الوظيفة حول حملات التسويق الاجتماعي وأساليب الإقناع فيها	<input checked="" type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			استخلاص معلومات أساسية في مجال الاتصال الإقناعي ملاحظة: قصر المعلومات وانعدام الكثير منها عن أساليب الإقناع واستراتيجياته في التسويق الاجتماعي	ILO3

٥- معايير التقويم:

نمط التقويم				النتائج التعليمية	المحصيلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
		✓	✓	جيدة	قاعدة معلومات أساسية حول التسويق التجاري	ILO1

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

		✓	✓	✓	جيدة	قاعدة معلومات أساسية حول التسويق الاجتماعي تطبيق عملي لحمات تسويق اجتماعي	ILO2
		✓	✓	✓	جيدة	قاعدة معلومات أساسية حول الإقناع وأساليبه	ILO3

٦- أدوات ومختبرات القسم العملي:

توصيفها	إسم الأداة
	الإنترنت

٧- المراجع الأساسية:

--

٨- المراجع الإضافية:

--