

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: التسويق الالكتروني

### ١- معلومات أساسية:

التسويق الالكتروني	اسم المقرر
EM790	رمز المقرر
١٤	ساعات الجلسات المسجلة
١٤	ساعات الجلسات المتزامنة
-	ساعات المذاكرة
75 min	ساعات الامتحان
١٤	ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة
١٤	ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة
٤	عدد الساعات المعتمدة

### ٢- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

الرمز	المقرر
	لا يوجد

### ٣- الهدف من المقرر:

تعريف الطلاب بنشوء الانترنت وأهميتها للمسوقين وتوضيح مفهوم التجارة الالكترونية والبنية التحتية للتجارة الالكترونية وتطبيقاتها والتعريف بالتسويق الالكتروني والاستراتيجيات التسويقية التي يتبعها المسوقون على الانترنت ( استراتيجيات المنتج والتسعير والتوزيع والترويج وأهمية قواعد البيانات والتسويق باستخدامها

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

٤- المحصّلات التعليميّة المرجوة (ILO – Intended Learning Objectives / Outcomes):

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

الرمز	المحصّلات التعليميّة المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح نشوء الإنترنت وتعريفه.</li> <li>• يحدد الأهمية التسويقية للتعامل مع الإنترنت.</li> <li>• يحدد مزايا التسويق الإلكتروني سواء بالنسبة لقطاعات الأفراد والعملاء أم للمنظمات والمؤسسات أم للحكومات ومراكز اتخاذ القرارات وأسباب استخدامه.</li> </ul>
ILO2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح خصائص قاعدة البيانات التسويقية، ويحدد ما هي العوامل المؤثرة على التسويق عبر قواعد البيانات .</li> <li>• يشرح ماهية خادم برمجيات التجارة الإلكترونية .</li> <li>• يشرح أساسيات وعناصر جذب وفعالية المواقع الإلكترونية للشراء عبر شبكة الإنترنت</li> <li>• يحدد ويشرح الثقة وأمن المعلومات</li> <li>• يشرح مفهوم الخصوصية والسرية على الانترنت وأساليب حماية الخصوصية .</li> </ul>
ILO3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يحدد أهمية دعم الإدارة لاستخدام الإنترنت.</li> <li>• يشرح أهمية البحث والتطوير وأهدافه، وكذلك أهداف تطوير الخدمات الإلكترونية.</li> <li>• يشرح جوانب التطوير المنشود في مجال الأعمال لتطبيق التسويق الإلكتروني.</li> <li>• يحدد مجالات تطبيق الأساليب الإلكترونية في الأنشطة والعمليات التسويقية وغير التسويقية في خدمة العملاء المستهدفين.</li> </ul>
ILO4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يعرف التسويق المباشر.</li> </ul>

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

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح بدايات التسويق المباشر.</li> <li>• يحدد أهم مزايا التسويق المباشر.</li> <li>• يشرح الأشكال المختلفة للتسويق المباشر</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح التاريخ الموجز للتجارة الإلكترونية</li> <li>• يشرح الطبيعة العلمية للتجارة الإلكترونية</li> <li>• يحدد أشكال التجارة الإلكترونية</li> <li>• يحدد ما هي البنية الأساسية للتجارة الإلكترونية</li> <li>• يعدد التحديات التي تواجه تطور التجارة الإلكترونية</li> <li>• يعدد المفاهيم الخاطئة للتجارة الإلكترونية.</li> </ul>	ILO5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح المفهوم التسويقي للمنتج.</li> <li>• يميز بين أنواع المنتجات عبر الإنترنت.</li> <li>• يشرح كيف يتم تمييز المنتجات عبر الإنترنت.</li> <li>• يحدد أهمية التغليف عبر الإنترنت.</li> <li>• يشرح التبيين عبر الإنترنت.</li> <li>• يحدد عمليات تطوير المنتج الإلكتروني.</li> </ul>	ILO6
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح استراتيجية التسعير الأساسية وأهم سياسات السعر التقليدية</li> <li>• يحدد دور تكنولوجيا المعلومات في التسعير</li> <li>• يشرح ماذا تعني المزادات العلنية على الإنترنت ويحدد أشكالها</li> <li>• يحدد أثر الإنترنت على التسعير</li> <li>• يقارن بين التسعير الدولي التقليدي والدولي عبر الإنترنت</li> </ul>	ILO7
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح مفهوم الأسواق الإلكترونية وأنواعها.</li> <li>• يميز من هو الوكيل الإلكتروني وكيفية إعداد هذا الوكيل.</li> <li>• يحدد أشكال التعاقد بواسطة الوكيل الإلكتروني .</li> <li>• يحدد وسيط المعرفة الإلكترونية وأنواع ووظائف وسطاء المعرفة .</li> <li>• يشرح تأثير وسطاء المعرفة الإلكترونية على الأسواق التقليدية .</li> <li>• يشرح بعض الاعتبارات المتعلقة بالتوزيع</li> </ul>	ILO8

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح عناصر المزيج الترويجي عبر الإنترنت وخصائصه</li> <li>• يحدد أشكال الإعلان عبر الإنترنت وهي: الإعلان على مجموعات الأخبار، الإعلان عن طريق البريد الإلكتروني، القوائم البريدية الاختيارية، إعلانات الرعاية</li> <li>• يشرح مفهوم البيع عبر الإنترنت وأساليبه</li> <li>• يحدد معنى الواجهة الإلكترونية وطرق تصميمها.</li> </ul>	ILO9	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• يشرح معنى الإعلان الإلكتروني وأهميته.</li> <li>• يحدد الفرق بين وسائل الإعلان التقليدية والإنترنت.</li> <li>• يشرح خصائص إعلانات الإنترنت.</li> <li>• يشرح أهداف الإعلان على الإنترنت.</li> </ul>	ILO 10	

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

المحصولات التعليمية	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	الفصل الأول: أهمية الإنترنت للتسويق الإلكتروني			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً
ILO2	الفصل الثاني: عناصر استخدام التسويق الإلكتروني: قاعدة البيانات - الثقة وأمن المعلومات الإلكترونية			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً
ILO3	الفصل الثالث: عناصر استخدام التسويق الإلكتروني: الخصوصية والسرية - دعم الإدارة العليا			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف	في هذا المقرر النظري

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

والعملي مندمجين معاً	<input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			- البحث والتطوير	
في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			الفصل الرابع: التسويق المباشر.	ILO4
في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			الفصل الخامس: التجارة الالكترونية	ILO5
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			الفصل السادس: عناصر المزيج التسويقي الالكتروني : المنتج الالكتروني	ILO6
في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			الفصل السابع: المزيج التسويقي الالكتروني: التسعير عبر الانترنت	ILO7
في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف			الفصل الثامن: المزيج التسويقي الالكتروني: التوزيع	ILO8

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"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			عبر الانترنت	
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معاً	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			الفصل التاسع: المزيج التسويقي الالكتروني: الترويج عبر الانترنت	ILO9
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معاً	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			الفصل العاشر: الإعلان عبر الانترنت	ILO 10

#### ٦- معايير التقويم:

نمط التقويم					النتائج التعليمية	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
X		X	X	X		نشوء الانترنت و أهميتها للتسويق الالكتروني	ILO1
X		X	X	X		عناصر التسويق الالكتروني	ILO2
X		X	X	X		الثقة وأمن المعلومات	ILO3
X		X	X	X		نشوء التسويق المباشر مزاياه وأدواته	ILO4

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

X		X	X	X		مفهوم وأساسيات التجارة الالكترونية	ILO5
X		X	X	X		المنتج الالكتروني	ILO6
X		X	X	X		التسعير عبر الانترنت	ILO7
X		X	X	X		التوزيع عبر الانترنت	ILO8
X		X	X	X		الترويج عبر الانترنت	ILO9
X		X	X	X		الإعلان عبر الانترنت	ILO10

٧- أدوات ومختبرات القسم العملي:

توصيفها	إسم الأداة
	لا يوجد

٨- المراجع الأساسية:

معراوي، أميمة. التسويق الالكتروني " الجامعة الافتراضية
--

٩- المراجع الإضافية:

نصير، محمد طاهر. (٢٠٠٥) التسويق الالكتروني عمان ، دار الحامد للنشر والتوزيع. أحمد، محمد سمير. (٢٠٠٩) التسويق الالكتروني، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. Strauss, Judy ,Frost , Raymond (2014). E-Marketing , Seventh Edition, Pearson Education Limited
---