

بطاقة وصف مقرّر دراسي

أولاً: التعريف بالمقرّر الدراسي ومعلومات عامة عنه

رقم المقرّر ورمزه	اسم المقرّر	الوحدات المعتمدة	طبيعة الوحدات		المتطلّب السابق (إن وجد)	المتطلّب المصاحب (إن وجد)
			نظري	عملي		
نظم 352	التسويق الإلكتروني	2	1	2	-	-
Info 352	E-Marketing	2	1	2	-	-

ثانياً: وصف المقرّر

يتناول المقرر مفهوم ومبادئ عملية التسويق، بصفة عامة والإلكتروني منها بصفة خاصة، ثم توضيح تحول المعلومات إلى سلعة يجب تسويقها والترويج لها وذلك بالتطبيق على خدمات المعلومات؛ حيث التعرف على خصائص الخدمات والفروق بين تسويق السلع وتسويق الخدمات وأنواع البحوث التسويقية وأهميتها وكيفية إجرائها، تصميم الاستراتيجية التسويقية للخدمات، وسلوك المستهلك من خدمات المعلومات، وكيفية تقييم المستهلك لجودة الخدمة ومستوى رضاه عنها، وتحديد وتقييم العناصر الهامة في خدمات المعلومات المقدمة، وكيفية بناء علاقات قوية ومستمرة مع المستهلكين من الخدمات، وأخيراً تقديم المعايير الخاصة بالجودة لهذه الخدمات في البيئة الإلكترونية.

ثالثاً: أهداف المقررات

بناء على إنهاء المقررات بنجاح يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

- 1- يُعرّف مفهوم عملية التسويق.
- 2- يشرح عملية تحول المعلومات إلى سلعة.
- 3- يستنبط الفرق بين تسويق السلع والخدمات.
- 4- يعدد أنواع البحوث التسويقية.
- 5- يشرح أهمية البحوث التسويقية.
- 6- يشرح خطوات تصميم الاستراتيجية التسويقية للخدمات.
- 7- يعدد خدمات المعلومات التي يمكن تسويقها إلكترونياً.
- 8- يستنبط سلوك المستهلك من خدمات المعلومات.
- 9- يشرح طرق تقييم المستهلك لجودة الخدمة.
- 10- يطبق المعايير الخاصة بالجودة لخدمات المعلومات في البيئة الإلكترونية.

رابعاً: مفردات المقرر الدراسي
 ● الجانب النظري: (الموضوعات التي يغطيها المقرر)

تسلسل الموضوعات	الأسبوع المحدد له	قائمة الموضوعات
1	1	مفهوم ومبادئ عملية التسويق بصفة عامة والإلكتروني بصفة خاصة.
2	2	عملية تحول المعلومات إلى سلعة.
3	3	تسويق السلع والخدمات.
4	4	تابع تسويق السلع والخدمات.
5	5	أنواع البحوث التسويقية وأهميتها وكيفية إجرائها.
6	6	تابع أنواع البحوث التسويقية وأهميتها وكيفية إجرائها.
7	7	خطوات تصميم الاستراتيجية التسويقية للخدمات بالتطبيق على خدمات المعلومات.
8	8	تابع خطوات تصميم الاستراتيجية التسويقية للخدمات بالتطبيق على خدمات المعلومات.
9	9	خدمات المعلومات التي يمكن تسويقها إلكترونياً.
10	10	سلوك المستفيد من خدمات المعلومات.
11	11	طرق تقييم المستفيد لجودة الخدمة ومستوى رضاه عنها.
12	12	تابع طرق تقييم المستفيد لجودة الخدمة ومستوى رضاه عنها.
13	13	المعايير الخاصة بالجودة لخدمات المعلومات في البيئة الإلكترونية.
14	14	تابع المعايير الخاصة بالجودة لخدمات المعلومات في البيئة الإلكترونية.
15	15	المراجعة النهائية

● الجانب العملي (إن وجد): (الموضوعات التي يغطيها المقرر)

الموضوعات	الأسبوع المحدد له	قائمة الموضوعات
1	1	الولوج إلى مواقع مرافق المعلومات والتعرف على خدمات المعلومات المقدمة.
2	2	الولوج إلى مواقع الحكومات الإلكترونية والتعرف على خدمات المعلومات المقدمة.
3	3	التعرف على طرق تسويق خدمات المعلومات بمواقع مرافق المعلومات.
4	4	التعرف على طرق تسويق خدمات المعلومات بمواقع الحكومات الإلكترونية.
5	5	تطبيقات على تحديد سمات المستفيدين من خدمات المعلومات الإلكترونية بمواقع مرافق المعلومات أو الحكومات الإلكترونية.
6	6	تابع تطبيقات على تحديد سمات المستفيدين من خدمات المعلومات الإلكترونية بمواقع مرافق المعلومات أو الحكومات الإلكترونية.
7	7	تحليل عناصر خدمات المعلومات.

8	8	تابع تحليل عناصر خدمات المعلومات.
9	9	تصميم استراتيجيات تسويقية لإحدى خدمات المعلومات.
10	10	تابع تصميم استراتيجيات تسويقية لإحدى خدمات المعلومات.
11	11	قياس رضا المستفيد بعد تسويق الخدمة.
12	12	تابع قياس رضا المستفيد بعد تسويق الخدمة.
13	13	تطبيق عناصر جودة الخدمة على جودة الخدمات.
14	14	تابع تطبيق عناصر جودة الخدمة على جودة الخدمات.
15	15	المراجعة النهائية

خامساً: مصادر التعلم

1- الكتاب أو الكتب المقررة (لا تزيد عن اثنين).

1. عباس، هشام (2013). التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت، مكتبة الملك فهد الوطنية.
2. الهيف، عالية (2012). التسويق الإلكتروني وقواعد البيانات الإلكترونية للمكتبات السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية

2- المراجع الأساسية في تدريس المقرر.

1. الهوش، أبو بكر محمود (2011). تسويق المعلومات. القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع. 143 ص.
2. عليان، ربحي مصطفى والسامرائي، إيمان فاضل (2010). تسويق المعلومات. - عمان، الأردن : دار صفاء للنشر والتوزيع. 384 ص.

3- الكتب والمراجع الموصى بها.

- 1-
- 2-
- 3-

4- مواد التعلم الإلكترونية ومواقع الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) ... إلخ.

- 1-
- 2-
- 3-

5- مواد تعلم أخرى (مثل: البرامج التي تعتمد على الحاسب الآلي أو الأقراص المدمجة أو المعايير المهنية أو اللوائح التنظيمية الفنية).

- 1-
- 2-