



## جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

### خطة تدريس المادة

### Course Syllabus

المادة: التسويق الالكتروني	رمز المادة: 0350220
مستوى المادة: الرابعة	المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: مبادئ التسويق /0350160
موعد المحاضرة:	الساعات المعتمدة: 3

### معلومات خاصة بمدرس المادة

الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب ومكانه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

### وصف المادة:

يهدف هذا المساق الى تعرف الطالب بالاساليب التكنولوجية فى عملية التسويق عن طريق الانترنت وامكانية تطبيق المبادئ الاساسية فى التسويق الكترونيا وايضا مواكبة التطور التكنولوجي فى مجال الاتصالات والانترنت واستخدامها تسويقيا من خلال البيع والشراء والاتصالات وعمليات الدفع الالكتروني وايضا تتطرق الى التعلم الالكتروني والبنك الالكتروني وعمليات التداول عبر الانترنت .

### أهداف المادة:

- يهدف هذا المساق الى :
- 1 توضيح عملية التخطيط التسويقي،ولماذا تعتبر دورة حياة السلعة مهمة للمسوقين ، وكيفية تقسيم الاسواق ، وتوضيح الاستراتيجيات التسعيرية للسلع والخدمات المباعة من خلال الانترنت
  - 2 شرح قنوات التوزيع القصيرة والطويلة من خلال الانترنت وكيف ان الانترنت تزيد من قيمة المنفعة للمستهلك وتزيد ايضا من خبرته الشرائية
  - 3 توضيح لنقاط القوة والضعف للانترنت كونها وسيلة اعلانية .
  - 4 القدرة على تصميم مزيج تسويقي مؤقلم قائم على معرفة شاملة لسلوك المستهلك و البيئة التسويقية.

### مكونات المادة:

1- الكتب المقررة: د. سامح عبد المطلب عامر، د. علاء محمد سيد قنديل ، دار الفكر، عمان ، 2012

- 2- المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) برامج وثائقية ، برامج مساعدة، محاضرات وندوات اضافية ورشات عمل خارجية وداخلية ،
- 3- القراءات الإضافية : المراجع العلمية في المكتبة، المواقع الالكترونية، الارشاد العلمي من قبل الاستاذ المتخصص
- 4- دليل دراسة المادة : حسب الخطة العلمية الموزعة على الطلبة والتي تحتوي على كافة المعلومات بالاضافة الى ارشاد مدرس المادة
- 5- دليل الواجبات/ الوظائف، التجارب العلمية : مرفق في الخطة الدراسية وفق برنامج زمني موضح ومحدد لهذه الغاية وبشكل اسبوعي

### طرق التدريس:

محاضرات، مجموعات نقاش، مجموعات تدريس، حل مسائل، مناظرات، تمارين، حلقات بحث، ورشات عمل، أنشطة ميدانية

### نتائج التعلم Learning outcomes

#### 1. المعرفة والفهم Knowledge and understanding

معرفة الطالب بالاساليب التكنولوجية في عملية التسويق عن طريق الانترنت وامكانية تطبيق المباديء الاساسية في التسويق الكترونيا وايضا مواكبة التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات والانترنت واستخدامها تسويقيا من خلال البيع والشراء والاتصالات وعمليات الدفع الالكتروني وايضا تتطرق الى التعلم الالكتروني والبنك الالكتروني وعمليات التداول عبر الانترنت .

#### 2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار Cognitive skills

تنم تنمية مهارات الادراك ومحاكاة الافكار من خلال:

- الحالات الدراسية
- التمارين الصفية التطبيقية
- الرحلات الميدانية
- حلقات النقاش والبحث

#### 3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص Communication skills)

يتم التواصل والاتصال من خلال

- المحاضرات المباشرة
- الساعات المكتنية للمدرس
- البريد الالكتروني
- الموقع الخاص لعضو الهيئة التدريسية

#### 4. مهارات عملية خاصة بالتخصص والمهنة ذات العلاقة

#### Practical and/ or professional skills (Transferable Skills)

- تتم هذه العملية من خلال استضافة خبير خارجي متخصص في هذا المجال وايضا تنظيم زيارات الى مواقع العمل ذات التخصص لتنمية مهارات التخصص .
- المشاركة والتنظيم في ورشات عمل ذات علاقة اما ان تكون داخلية او خارجية

- مساق التدريب الميداني وما يقدمه من فرصة ممارسة التدريب وتقوية المهارات العملية

### أدوات التقييم:

- تقارير، أبحاث قصيرة، مشاريع
- امتحانات قصيرة
- واجبات
- تقديم شفوي للأبحاث والتقارير
- امتحانات فصلية ونهائية

### الأمانة العلمية والتوثيق

- أسلوب التوثيق (مع أمثلة توضيحية) المحاضر والكتب الرسمية، التصوير ، كتابة التقارير في حالة اقتباس اي معلومه عند اعداد تقارير او عرض أو بحث, يجب اتباع اسلوب التوثيقي التالي APA Style :
- المقالات في المجلات العلميه: المؤلف. (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله, مجلد (عدد), رقم الصفحه من-الى.
- مثال:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. *Psychology and Marketing*, 20 (2), 99-121.

الكتب: المؤلف. (سنة النشر). عنوان الكتاب (الطبعه). المدينه: دار النشر

مثال:

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

المواقع الالكترونيه: الموقع الالكتروني (السنة). العنوان. متاح في الموقع الالكتروني.....

حصل عليه في تاريخ .../.../....

مثال:

Alexa (2012). Top sites-shopping. Available in [www.alexacom.com](http://www.alexacom.com).

Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لاصحابها بيالطرق الرسمية والقانونية
- الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكاتب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على الأمانه العلميه. ويتم ذلك بنسب اي معلومه, نموذج, جدول الخ.. الى صاحبها سواء في النص أو في المراجع , بالطرق المذكوره اعلاه . ويجب الابتعاد عن تصوير الكتب أو أجزاء منها من غير الرجوع الى المؤلف.

توزيع العلامات على أدوات التقييم	
الدرجة	أدوات التقييم
20	الامتحان الأول
20	الامتحان الثاني
40	الامتحان النهائي
20	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
100	المجموع

- طريقة التعليم:  محاضرة 50%  بحث 20%  عملي 30%
- أسلوب الإمتحان:  كتابي  شفهي  كتاب مفتوح

#### توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساعدة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	التسويق الإلكتروني (نظرة مقارنه) - التسويق والمبيعات - التسويق الإلكتروني - التسويق الإلكتروني كأداة للتمييز	الامتحان القبلي زيارة المكتبة للتعرف على المقررات الخاصة بالتسويق
الثاني	أسس التسويق الإلكتروني - تحليل مفهوم التسويق الإلكتروني - العميل الإلكتروني - الأسواق الإلكترونية - أنواع الأسواق الإلكترونية - مزايا وعيوب التسويق عبر الانترنت	حالة دراسية توضيحية
الثالث	المنتج الإلكتروني - مفهوم المنتج وتصنيفه - التصنيفات المختلفة للسلع والخدمات - الخصائص المساعدة للمنتج - مفهوم المنتج الإلكتروني - استراتيجيات تنمية المنتجات على شبكة الانترنت	تمارين عملية
الرابع	التسعير الإلكتروني - مفهوم التسعير وأهدافه - محددات التسعير - اثر الانترنت على التسعير الإلكتروني - أسس التسعير الإلكتروني - التسعير الدولي التقليدي والتسعير الدولي	اختبار قصير

	عبر الانترنت	
اعداد تقرير عن الاتصالات الالكترونية	الترويج الالكتروني - مفهوم الترويج الالكتروني - عوامل الترويج الالكتروني - مكونات الترويج الالكتروني - أثر الانترنت على الترويج	الخامس
الامتحان الأول حل ومناقشة الامتحان وتسليم العلامات	التوزيع الالكتروني - وسائل النقل وخصائصها - مفهوم منافذ التوزيع - التوزيع الالكتروني والقيمة المضافة - أثر التعاملات الالكترونية على الوسطاء	السادس
تطبيقات في مختبر الحاسوب	تصميم موقع التسوق الالكتروني - أهمية نظم المعلومات التسويقية للتخطيط التسويقي - أهمية نظم المعلومات التسويقية لأنشطة البيع والتوزيع - إنشاء الموقع الالكتروني - عنوان الصفحة - وصف الصفحة - الكلمات الدالة - نص محتوى الصفحة	السابع
تطبيقات عملية في المختبر	- كتابة محتوى الموقع - تنسيق المحتوى - أسلوب المحتوى - كيفية بناء مصداقية الموقع - كيفية تطوير المنتج	الثامن
واجب منزلي	خطة التسويق الالكتروني - مراحل إعداد الخطة الاستراتيجيه - تصميم المزيج التسويقي - إعداد خطة العمل - تقييم الخطة - تسويق الخطة - الجانب التطبيقي للتسويق الالكتروني	التاسع
حالات دراسية امثلة عملية	قضايا هامه في التسويق الالكتروني - النصب والاحتيال من خلال الانترنت - نصائح هامه للوقاية من النصب - طرق الدفاع عن حقوقك على الانترنت - حاله دراسية	العاشر
الامتحان الثاني حل ومناقشة الاسئلة وتسليم العلامات	- التسويق الالكتروني بين الحاضر والمستقبل - التسويق الالكتروني في البلاد العربية - نماذج التسويق عبر الانترنت	الحادي عشر
استضافة محاضر من قسم التجارة الالكترونية	التسويق الالكتروني مقابل التجارة الالكترونية - مفهوم التجارة الالكترونية - تطور التجارة الالكترونية - خصائص التجارة الالكترونية - مزايا التجارة الالكترونية - معوقات التجارة الالكترونية	الثاني عشر
ضيف من خارج الجامعة	- الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة	الثالث عشر

	<p>التقليدية</p> <p>- البنية الأساسية الشبكية للتجارة الالكترونية</p> <p>- أدوات التجارة الالكترونية</p> <p>- مراحل النشاط التجاري الالكتروني</p> <p>- وسائل الدفع الالكتروني في التسويق و التجارة الالكترونية</p>	
رحلة ميدانية الى شركة ذات علاقة بالتسويق الالكتروني	<p>نظم المعلومات ما بين المؤسسات وتطبيقات التعاملات الالكترونية</p> <p>- التعاملات الالكترونية ونظم المعلومات ما بين المؤسسات</p> <p>- بعض التطبيقات العملية في مجال التسويق الالكتروني</p> <p>- حاله دراسية</p>	الرابع عشر
تقديم تقرير الزيارة العلمية	<p>- منظورات هامه بين التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية</p> <p>- التعاملات الالكترونية وأثرها على الوسطاء</p> <p>- أسس وصعوبات إنشاء تطبيق رئيس مثالي</p>	الخامس عشر امتحان تجريبي (اختياري)
الامتحان النهائي	- مراجعة الماده	السادس عشر

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس

#### سياسة الحضور والغياب:

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.

#### المراجع العلمية للمادة

##### • الكتب

د. يوسف ابو فارة، "التسويق الالكتروني"، دار وائل للنشر، عمان، 2007

نصير، محمد طاهر، التسويق الالكتروني.- عمان: دار الحامد للنشر و التوزيع، 2005.

أحمد، محمد سمير، التسويق الالكتروني.- عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، 2009

Smith,P. R, Chaffey,Dave, eMarketing excellence: the heart of eBusiness.  
-Oxford :Butterworth Heinemann,2002

• الدوريات العلمية

### **Journals**

#### **Journal of Marketing**

Journal of International Marketing and Marketing Research

• المواقع الإلكترونية Websites

[www.emerald-library.com](http://www.emerald-library.com)