

 **توصيف مقرر دراسي**

|  |  |
| --- | --- |
| **قسم: التسويق والتجارة الإلكترونية**  | **كلية: إدارة الأعمال**  |
|  | رمز المقرر: |  | اسم المقرر: التسويق الإلكتروني  |
|  | المتطلب السابق:  | عملي:  | نظري: 3 | الساعات المعتمدة: 3 |

|  |
| --- |
| **التوصيف**  |
| يسمح مقرر التسويق الإلكتروني لطالب كلية إدارة الأعمال بالتعرف على ماهية هذا التسويق وميزاته بالنسبة للمستهلكين والمنظمات بالمقارنة مع التسويق التقليدي، أيضا يوفر له الاطلاع الجيد على متطلبات وبنى وأنواع ومراحل نشاط التسويق الإلكتروني. ضمن هذا المقرر سيتعرف الطالب أيضا على موضوع نظم المعلومات التسويقية الإلكترونية والية عملها وأهميتها وخصائصها، أما القسم الأكبر من هذا المقرر فإنه سيكرس للتعرف بشكل مفصل على عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني والتي على رأسها المنتج والتسعير والتوزيع والترويج الإلكتروني. . . |
| **المحتوى** |
| المحاضرة السابعة: التوزيع الإلكتروني المحاضرة الثامنة: الترويج الإلكترونيالمحاضرة التاسعة: البيع في السوق الإلكترونية وأدوات الترويج الإلكتروني المحاضرة العاشرة: التخصيص والخصوصية | المحاضرة الأولى: ماهية التسويق الالكتروني المحاضرة الثانية: متطلبات وبنى التسويق الإلكترونيالمحاضرة الثالثة: نظم المعلومات التسويقية الإلكترونيةالمحاضرة الرابعة: المزيج التسويقي الإلكترونيالمحاضرة الخامسة: المنتج في السوق الإلكترونيةالمحاضرة السادسة: التسعير الإلكتروني |
| **المراجع** |
|  **English Books:** 1- Strauss J., Frost R., E Marketing. Publisher: Prentice Hall/ Pearson, 7th Edition, 2014. 2- Clarcke, Irvin, Theresa Flaherty, Advances in Electronic Marketing, IDEA Group Publishing, Hershy. London. 2005.**كتب عربية:**1- أمجدل، أحمد: مبادئ التسويق الإلكتروني، كلية إدارة الأعمال، منشورات جامعة طيبة، السعودية، 2010. 2- غدير غدير، باسم: التسويق الالكتروني، كلية الاقتصاد، منشورات جامعة تشرين، 2017.3- العديلي، مبروك: التسويق الإلكتروني، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.  |