

دليل المادة التعليمية Syllabus

اسم المادة: الاتصالات التسويقية المتكاملة

الميدان	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	الفرع	علوم تجارية
التخصص	تسويق	المستوى	ثالثة ليسانس
السداسي	الخامس	السنة الجامعية	2025-2024

التعرف على المادة التعليمية

اسم المادة	الاتصالات التسويقية المتكاملة	وحدة التعليم	أساسية
عدد الأرصدة	04	المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي	15 أسبوع	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	01 سا 30
أعمال م/تط (عدد الساعات في الأسبوع)	1 سا 30	أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	1 سا 30

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب	بودرجة رمزي	الرتبة	أستاذ محاضراً
تحديد موقع المكتب	المكتب رقم 5	البريد الالكتروني	ramzimarketer@yahoo.fr
رقم الهاتف	0671882300	توقيت الدرس ومكانه	ق ك 5 من 9.30-11.00

وصف المادة التعليمية

<p>يتوجب على الطالب أن يكون ملماً بأساسيات التسويق التي تم تناولها في السنة الثانية ليسانس</p>	المكتسبات
<p>تعريف الطلبة بالمفاهيم والتقنيات المتعلقة بالاتصال التسويقي ومزيج الاتصال التسويقي، كأحد العناصر المهمة في المزيج التسويقي، واكتساب القدرة على التخطيط والتنفيذ للاتصالات التسويقية في اطار نظرة ومقاربة تكاملية.</p>	الهدف العام للمادة التعليمية
<ul style="list-style-type: none"> - يفهم جيداً الاتصالات التسويقية المتكاملة وأهميتها ومزيجها؛ - يستوعب كل أساليب وأشكال الاتصالات التسويقية ومزايا كل شكل منها؛ 	أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)

-	يكون له القدرة على المشاركة في التخطيط لحملات الاتصالات التسويقية المتكاملة وقياس نتائجها
---	-------------------------------------------------------------------------------------------

محتوى المادة التعليمية

المحور الأول	مدخل للاتصال واتصال المؤسسة
المحور الثاني	الاتصالات التسويقية المتكاملة: المفهوم، الأهمية، المزايا، المتطلبات، المزيج... الخ
المحور الثالث	الإعلان: المفهوم، الأدوات، وكالات الإعلان، التخطيط للحملة الاعلانية
المحور الرابع	تنشيط المبيعات: المفهوم، الأهداف، التقنيات
المحور الخامس	البيع الشخصي: المفهوم، الأساليب، مهارات البيع، تسيير قوة البيع
المحور السادس	العلاقات العامة: المفهوم، الأهداف، المجالات، التخطيط للعلاقات العامة
المحور السابع	التسويق المباشر
المحور الثامن	الاتصالات التسويقية الالكترونية
المحور التاسع	التخطيط للاتصالات التسويقية المتكاملة: الأهداف، الرسالة، الميزانية، القنوات.. الخ
المحور العاشر	

طريقة التقييم

الوزن النسبي للتقييم		العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
60 %	وزن المحاضرة	20/20	امتحان
25 %	وزن الأعمال الموجهة والتطبيقية	5 ن	امتحان جزئي
35 %		7 ن	أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)
-			أعمال تطبيقية
-			المشروع الفردي
-			الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
-			خرجات ميدانية
30 %			المواظبة (الحضور/ الغياب)
10 %			عناصر أخرى (المشاركة)

تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية وطبيعة تقييمها امتحان و مراقبة مستمرة يقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة:

معدل المادة	نقطة المحاضرة * 0.6 + نقطة الأعمال الموجهة/التطبيقية * 0.4 =
<i>Moy.M</i>	$= (Note Ex * 0.6) + (Note Td * 0.4)$

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :		
عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر والسنة
الاتصالات التسويقية	علي فلاح الزغبي	دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2010
الاتصالات التسويقية المتكاملة	مولود عبد العزيز حواس	دار الاكاديميون للنشر والتوزيع، 2020
الاتصالات التسويقية المتكاملة	عبد الرحيم شنيبي	النشر الجامعي الجديد، 2020

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

1. Paul Russell Smith & Jonathan Taylor, Marketing Communications: An Integrated Approach, 4 th edition, London: Kogan Page Publishers, 2004.

التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة

التاريخ	محتوى المحاضرة	الأسبوع
	مدخل للاتصال واتصال المؤسسة	الأسبوع الأول
	الاتصالات التسويقية المتكاملة: المفهوم، الأهمية، المزايا، المتطلبات، المزيج... الخ	الأسبوع الثاني
	الإعلان: المفهوم، الأدوات، وكالات الإعلان، التخطيط للحملة الاعلانية	الأسبوع الثالث
	تنشيط المبيعات: المفهوم، الأهداف	الأسبوع الرابع
	تقنيات تنشيط المبيعات	الأسبوع الخامس
	البيع الشخصي: المفهوم، الأساليب، مهارات البيع،	الأسبوع السادس
	تسيير قوة البيع	الأسبوع السابع
	العلاقات العامة: المفهوم، الأهداف، المجالات،	الأسبوع الثامن
	التخطيط للعلاقات العامة	الأسبوع التاسع
	التسويق المباشر	الأسبوع العاشر
	الاتصالات التسويقية الالكترونية	الأسبوع الحادي عشر
	الاتصالات التسويقية الالكترونية	الأسبوع الثاني عشر
	التخطيط للاتصالات التسويقية المتكاملة: الأهداف، الرسالة، الميزانية، القنوات.. الخ	الأسبوع الثالث عشر
	التخطيط للاتصالات التسويقية المتكاملة: الأهداف، الرسالة، الميزانية، القنوات.. الخ	الأسبوع الرابع عشر
		الأسبوع الخامس عشر
تحدهه الإدارة	امتحان نهاية السداسي	

تحده الإدارة	الامتحان الاستدراكي للمادة	
الأعمال الشخصية المقررة للمادة		
<ol style="list-style-type: none"> 1. إعداد بطاقة قراءة البحث الملقى 2. استجواب تقييبي؛ 3. تقديم بطاقة قراءة لمحور 4. تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodle. 		
مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية		
نائب العميد الملّكف بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات	الأستاذ مسؤول المادة	مسؤول الميدان أو الفرع أو التخصص (حسب المستوى) رئيس القسم
ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية		