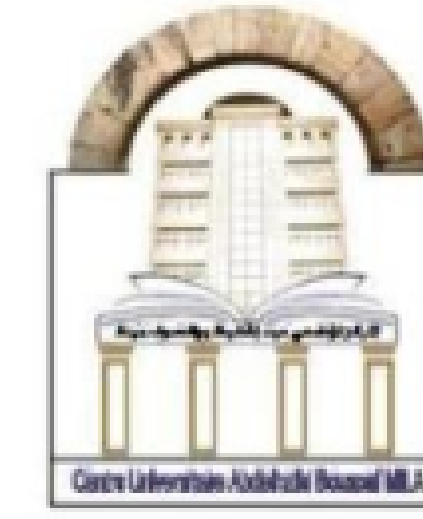
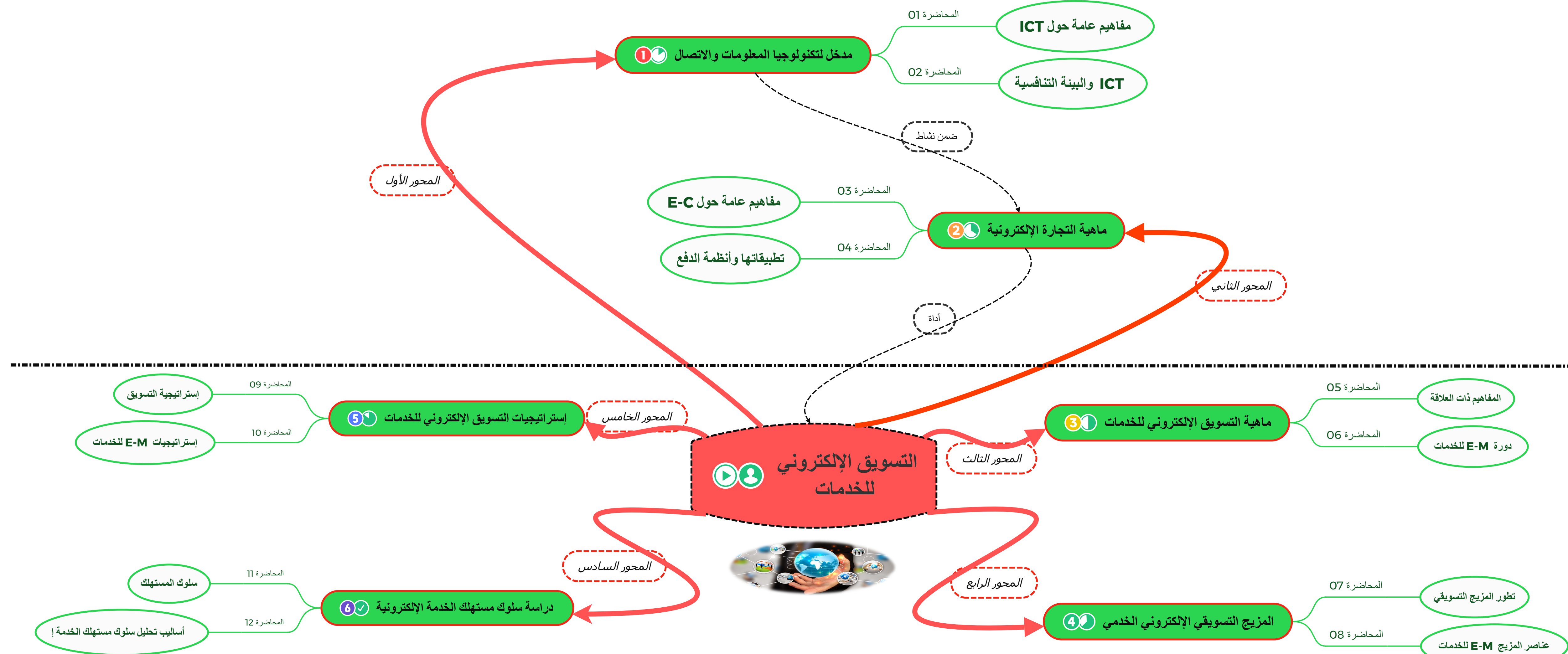


المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
السنة الثانية ماستر/ تخصص: تسويق الخدمات
مادة: التسويق الإلكتروني للخدمات
أستاذ المادة: د. سفيان خلوفي



مسؤول المادة التعليمية		
الاسم، اللقب	سفيان خلوفي	رقم الهاتف
الرتبة	أستاذ مساعد قسم "ب"	البريد الإلكتروني
وصف المادة التعليمية		
المكتسبات	يتمتع الطالب بمكتسبات تتعلق بعدة جوانب تؤهله لفهم هذه المادة، ويتعلق الأمر بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الإلكترونية، ونرى أنها مفيدة لفهم محتوى هذه المادة التي تعتبر مهمة أيضاً في الحياة المهنية بعد تخرج الطالب.	
الهدف العام للمادة التعليمية	الهدف العام للمادة التعليمية هو تمكين الطالب من اكتساب المعارف والمهارات اللازمة لتطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويق الخدمات إلكترونياً، وذلك من خلال فهم عميق لتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، واستعمالاتها في التجارة الإلكترونية، من خلال عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني الخدمي وتكتيكاته وكذا أساليب دراسة سلوك مستهلك الخدمات الإلكترونية وذلك من أجل المساهمة في تطوير الموارد البشرية عن طريق تزويد المجتمع بخريجين مؤهلين في مجال التسويق الإلكتروني للخدمات، القادرين على المنافسة في سوق العمل	

اسم المادة: التسويق الإلكتروني للخدمات			
الميدان	علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير	الفرع	علوم تجارية
التخصص	تسويق الخدمات	المستوى	الثانية ماستر
السداسي	الثالث	السنة الجامعية	2024/2023
التعرف على المادة التعليمية			
اسم المادة	التسويق الإلكتروني للخدمات	وحدة التعليم	أساسية
عدد الأرصدة	06	المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي	03.00 سا	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	01.30 سا
أعمال م/تط (عدد الساعات في الأسبوع)		أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	01.30 سا



المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
السنة الثانية ماستر/ تخصص: تسويق الخدمات
مادة: التسويق الإلكتروني للخدمات
أستاذ المادة: د. سفيان خلوفي

المراجع المعتمدة:

1. بشير عباس العلاق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2004
2. يوسف أحمد أبو فرة، التسويق الإلكتروني-عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2004
3. يوسف جسيم سلمان الطائي، هاشم فوزي نبلس العبادي، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2009
4. بشير عباس العلاق، تطبيقات الانترنت في التسويق، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2003

5. Michel Badoc, Bertrand Lavayssiére et Emmanuël copin(2000), *E-marketing* de la banque et de l'assurance, 2 éme édition, édition d'organisation, Paris

6. Philip Kotler et autre(2006) : marketing management, 12eme édition, Pearson éducation

<https://bit.ly/3HuNqEb>



Scan me

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
السنة الثانية ماستر/ تخصص: تسويق الخدمات
مادة: التسويق الإلكتروني للخدمات
أستاذ المادة: د. سفيان خلوفي

التقييم

يقوم امتحان المحاضرة بـ 60% وامتحان التطبيق بنسبة 40%

امتحان المحاضرة	امتحان التطبيق 20 نقطة
02 المحاضرة	03 التفاعل
05 المحاضرة	05 تطبيق
02 المحاضرة	02 المشاركة (0.25) كل ساعة (01 - الشوك)
05 المحاضرة	02 الإجابة عن الأسئلة
02 المحاضرة	02 الإخراج البحث ومنهجه

نقطة 20