

SYLLABUS ^[h1] منهاج المادة التعليمية
سلوك المستهلك الرقمي

الميدان : العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية (D06) .. الشعبة : العلوم المالية
التخصص :التسويق الرقمي
السداسي : الاول السنة الجامعية 2026/2025

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : سلوك المستهلك الرقمي
وحدة التعليم : أساسية.....
عدد الأرصدة : 5 المعامل :2...
الحجم الساعي الأسبوعي 3 ساعات.....
المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1,30 سا
أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1,30 سا
أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) :

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : بوريب صبرينة ، أستاذ مساعدة (أ).
تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : رقم (..)
البريد الإلكتروني : sabrina.bourib@univ-annaba.dz
رقم الهاتف : 0675292265
توقيت الدرس ومكانه : يوم الخميس(00 . 08 __ 11) بالقاعة 1 LMD

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

يفترض أن يتحكم الطلبة في مفاهيم عامة حول المستهلك الرقمي وسلوكه، إضافة إلى مكتسبات عامة عن التسويق والتسويق الرقمي

الهدف العام للمادة التعليمية :

الهدف العام هو أن يكتسب الطلبة معرفة نوعيّة حول المستهلك الرقمي، العوامل المؤثرة على سلوكه، كذلك قرارات الشراء الرقمي

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها) : (من 3 الى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

- التعرف على أهمية دراسة سلوك المستهلك الرقمي
- التعرف على العوامل المؤثرة على سلوكه.
- التعرف على كيفية اتخاذ قرارات الشراء الرقمي

محتوى المادة التعليمية

- مفهوم المستهلك الرقمي
- مفهوم سلوك المستهلك الرقمي وأهمية دراسة سلوكه
- العوامل الداخلية المؤثرة على سلوك المستهلك الرقمي
- العوامل الخارجية
- العوامل الموقفية
- بحوث المستهلك الرقمي
- سيرورة اتخاذ قرار الشراء الرقمي
- مشاكل المستهلك عبر الانترنت
-

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المنوية
امتحان	20	60%
دراسات حالة		
أعمال موجهة		
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي		
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	15	30%
استجاب (Quizz)		
المواضبة (الحضور / المشاركة)	05	10. %
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع	40	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
Marketing Management	Kotler & Dubois	édition Publi-Union

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت)

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
سلوك المستهلك الرقمي	ديفيد نيكولاس وايمان رولاندز	دار جامعة الملك سعود 2011
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة
سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق	احمد علي سليمان	معهد الادارة العامة 2002

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول	الاطار المفاهيمي لسلوك المستهلك	
الأسبوع الثاني	العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك	
الأسبوع الثالث	الاطار المفاهيمي لسلوك المستهلك الرقمي	
الأسبوع الرابع	العوامل الداخلية المؤثرة على سلوك المستهلك الرقمي	
الأسبوع الخامس	العوامل الخارجية	
الأسبوع السادس	العوامل الموقفية	
الأسبوع السابع	بحوث المستهلك الرقمي	
الأسبوع الثامن	قرار الشراء الرقمي	
الأسبوع التاسع	مشاكل المستهلك عبر الانترنت	
الأسبوع العاشر	الكلمة المنطوقة الالكترونية	
الأسبوع الحادي عشر	تبني المنتجات الجديدة	
الأسبوع الثاني عشر	دراسة حالة	
الأسبوع الثالث عشر	دراسة حالة	
-الأسبوع الرابع عشر و الخامس عشر والسادس عشر	دراسة حالات مع حل الدراسات السابقة ومراجعة عامة	

أستاذة الأعمال الموجهة :

بوريب صبرينة

الأستاذة (ة) المحاضر(ة) :

بوريب صبرينة

نحن طلبة الفوج تسويق رقمي من السنة الثالثة .. شعبة العلوم التجارية تخصص ... تخصص تسويق

الرقم	اللقب	الإسم	الإمضاء
01	زايري	بدر الدين	
02	نوار	وحيدان	
03	الحاكي	أحمد	
04	مدياري	اسلام	
05	تامر	بيدارحماء	
06	حسنية	خالد	
07	شريف	دليم عبد السلام	
08	خاندني	محمد لقمان	
09			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			