

كلية الأعمال

الخطة الدراسية لدرجة البكالوريوس

في

التسويق الإلكتروني والتواصل الاجتماعي

٢٠٢٠/٢٠١٩

اسم الدرجة العلمية بالعربية : (البكالوريوس في التسويق الالكتروني و التواصل الاجتماعي)

أ- أحكام وشروط عامة

تلتزم الخطة بتعليمات منح درجة البكالوريوس المعمول بها في جامعة الشرق الأوسط.

ب - مكونات الخطة:

تتكون الخطة الدراسية لدرجة البكالوريوس في التسويق الالكتروني و التواصل الاجتماعي من (132) ساعة معتمدة موزعة على النحو الآتي:

الساعات المعتمدة	نوع المتطلب	
27	متطلبات الجامعة	أولاً
18 9	أ- المساقات الإلزامية ب- المساقات الاختيارية	
21	متطلبات الكلية	ثانياً
21	المساقات الإلزامية	
81	متطلبات القسم	ثالثاً
60 12 9	أ- المساقات الإلزامية ب- المساقات الاختيارية ج- المساقات المساندة	
3	المواد حرة	
132	المجموع	رابعاً

ج- نظام الترقيم
١- رمز الكلية:

الرمز	الكلية
٠٣	كلية الاعمال

٢- رموز الأقسام:

الرمز	التخصص
٠١	المحاسبة
02	ادارة الاعمال
٠٤	التسويق، التسويق الالكتروني و التواصل الاجتماعي
٠٥	الادارة السياحية
07	العلوم المالية والمصرفية

٣- رموز مساقات لدرجة البكالوريوس في التسويق :

03	04	١-٤	0-9	0-9
↑ الكلية	↑ القسم	↑ المستوى	↑ المجال	↑ تسلسل المادة

٤- مدلول منزلة العشرات (المجال المعرفي) في أرقام المساقات

اسم المجال المعرفي	رمز المجال
أساسيات التسويق الالكتروني	0
عمليات التسويق الالكتروني	٤
التسويق الالكتروني التطبيقي	٥
تقنيات التسويق الالكتروني	6
التدريب الميداني و مشروع التخرج	٩

د- توزيع المواد:

أولاً: متطلبات الجامعة (٢٧) ساعة معتمدة					
أ- متطلبات الجامعة الإلزامية: تتكون من (١٨) ساعة معتمدة					
رقم المادة	المادة	س.م	نظري	عملي	المتطلب السابق
٠١٠٦١٢٩	العلوم العسكرية *	٣	٣	٠	
٠١٠٦١١٨	مهارات الاتصال باللغة العربية **	٣	٣	٠	
٠١٠٦١١٩	مهارات الاتصال باللغة الإنجليزية ***	٣	٣	٠	
٠١٠٦١١٧	المسؤولية المجتمعية	٣	٣	٠	
٠١٠٦١٣٠	مهارات حياتية	٣	٣	٠	
٠١٠٦١٣٤	مهارات التفكير العلمي	٣	٣	٠	
ب- متطلبات الجامعة الاختيارية: تتكون من ثلاث مجموعات بواقع (٩) ساعة معتمدة					
0106109	مقدمة في القيادة و الريادة	٣	٣	٠	
0106108	الأمن و السلامة	٣	٣	٠	
0106107	قضايا معاصرة	٣	٣	٠	
0106122	حقوق الانسان	٣	٣	٠	
0106115	الطاقة المتجددة في حياتنا	٣	٣	٠	
0106099	مهارات الحاسوب	3	1	2	
0106180	الثقافة الإسلامية	٣	٣	٠	
0106123	القدس (القضية الفلسطينية)	٣	٣	٠	
ثانياً: متطلبات الكلية الإلزامية (٢١) ساعة معتمدة					
متطلبات الكلية الإلزامية (٢١) ساعة معتمدة					
رقم المادة	المادة	س.م	نظري	عملي	المتطلب السابق
٠١٠٦٢٣١	مبادئ الإحصاء	٣	٣	٠	
٠٣٠١١٠١	مبادئ المحاسبة (١)	٣	٣	٠	
0302100	مبادئ الإدارة	٣	٣	٠	
0302325	منهجية البحث في الأعمال	٣	٣	٠	٠١٠٦٢٣١
٠٣٠٤١٠١	مبادئ التسويق	٣	٣	٠	
0307101	الإدارة المالية	٣	٣	٠	0301101
٠٣٠٧١١١	الاقتصاد الجزئي	٣	٣	٠	

ثالثا : متطلبات التخصص (٨١) ساعة معتمدة					
(أ) متطلبات التخصص الاجبارية (60) ساعة معتمدة					
رقم المادة	المادة	س.م	نظري	عملي	المتطلب السابق
0304200	إدارة المبيعات و البيع الشخصي	٣	٣	٠	٠٣٠٤١٠١
0304206	تسويق الخدمات	٣	٣	٠	-
0304207	سلوك المستهلك	٣	٣	٠	٠٣٠٤١٠١
0304211	إدارة التسويق	٣	٣	٠	٠٣٠٤١٠١
0304302	التسعير	٣	٣	٠	٠٣٠٤١٠١
0304310	نظم المعلومات التسويقية	٣	٣	٠	0304211
0304314	بحوث التسويق	٣	٣	٠	٠٣٠٢٣٢٥
0304325	التسويق الالكتروني	٣	٣	٠	٠٣٠٤٢٥٠
0304327	التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية	٣	٣	٠	٠٣٠٤٢٥٠
0304330	الريادة في التسويق	٣	٣	٠	٠٣٠٤١٠١
0304412	استراتيجية العلامة التجارية	٣	٣	٠	٠٣٠٤٢١١
0304421	تكنولوجيا الاعلان	٣	٣	٠	٠٣٠٤٢٥٠
0304250	الاتصالات التسويقية الالكترونية	٣	٣	٠	٠٣٠٤١٠١
0304251	قنوات التوزيع و التكنولوجيا	٣	٣	٠	٠٣٠٤١٠١
0304340	تصميم المواقع الالكترونية	3	1	2	-
0304341	التسويق من خلال الهاتف النقال	٣	٣	٠	٠٣٠٤٣٤٠
0304451	استراتيجية التسويق الالكتروني	٣	٣	٠	٠٣٠٤٢١١
0304471	التسويق باستخدام محركات البحث	٣	1	2	٠٣٠٤٢٥٠
٠٣٠٤٤٩١	مشروع التخرج	٣	٣	٠	٩٠ ساعة + 0302325
0304492	التدريب الميداني	٣	٣	٠	٩٠ ساعة

ب) متطلبات التخصص الاختيارية (١٢) ساعة معتمدة:					
-	٠	٣	٣	رياضيات للعلوم الإدارية	0106131
0301101	٠	٣	٣	مبادئ المحاسبة (٢)	0301102
0301102	٠	٣	٣	محاسبة التكاليف (١)	0301214
-	٠	٣	٣	نظم المعلومات الإدارية	٠٣٠٢١٢١
0302100	٠	٣	٣	إدارة الموارد البشرية	0302201
0302100	٠	٣	٣	الإدارة الاستراتيجية	0302302
0302100	٠	٣	٣	إدارة سلسلة التوريد	0302331
0304211	٠	٣	٣	الابداع و تطوير المنتجات	0304301
0304101	٠	٣	٣	التسويق الصيدلاني	0304331
0304211	٠	٣	٣	تسويق الاعمال	0304336
0304211	٠	٣	٣	استراتيجيات التسويق	0304410
0304211	٠	٣	٣	التسويق الدولي	0304411
0304211	٠	٣	٣	قضايا تسويقية معاصرة	0304426
0304101	٠	٣	٣	التسويق السياحي	0305214
1102231	2	1	3	تصميم جرافيكي بالحاسوب ٢	1102331
1102331	2	1	3	تصميم جرافيكي بالحاسوب ٣	1102332
٠٣٠٤٣٤٠	٠	٣	٣	التشريعات المتعلقة بالتسويق الالكتروني	٠٣٠٤٣٤٢

ج) متطلبات التخصص المساندة (٩ ساعات معتمدة)					
0302100	٠	٣	٣	الأعمال الالكترونية	٠٣٠٢٤٤١
-	2	1	3	مقدمة في برامج التصميم الجرافيكي	1102112
1102112	2	1	3	تصميم جرافيكي بالحاسوب ١	1102231
رابعاً: المتطلبات الحرة (٣ ساعات معتمدة يختارها الطالب ضمن مواد الجامعة)					

المواد التحضيرية (اجبارية)			
س.م	المادة	رقم المادة	#
3	لغة انجليزية استدراكي	0106070	1
3	مهارات الحاسوب استدراكي	0106099	2
3	لغة العربية استدراكي	0106060	3

(* الطالب غير الأردني إما أن يأخذ مادة العلوم العسكرية (٠١٠٦١٢٩) أو يختار بدلاً منها مادة مما تطرحه الجامعة من مواد دراسية.

(**) يسجل الطلبة الناجحون في امتحان مستوى مادة مهارات الاتصال باللغة العربية (0١٠٦١١٨)، أما الطلبة غير الناجحين في امتحان المستوى فيسجلون لغة عربية استدراكية رقم (0106060)

(***) يسجل الطلبة الناجحون في امتحان مستوى مهارات الاتصال باللغة الإنجليزية (٠١٠٦١١٩)، أما الطلبة غير الناجحين في امتحان المستوى فيسجلون لغة انجليزية استدراكية رقم (٠١٠٦٠٧0)

هـ. الخطة الاستراتيجية لطلبة البكالوريوس في تخصص التسويق الالكتروني والتواصل الاجتماعي

السنة الأولى

الفصل الدراسي الثاني			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب جامعة	3	
	متطلب جامعة	3	
1102112	مقدمة في برامج التصميم الجرافيكي	3	-
0307111	الاقتصاد الجزئي	3	-
0307101	الإدارة المالية	3	0301101
المجموع:			10

الفصل الدراسي الأول			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب جامعة	3	
	متطلب جامعة	3	
0304101	مبادئ التسويق	3	-
0302100	مبادئ الإدارة	3	-
0301101	مبادئ المحاسبة (1)	3	-
المجموع:			10

السنة الثانية

الفصل الدراسي الثاني			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب جامعة	3	
	متطلب تخصص اختياري	3	
0304101	قنوات التوزيع و التكنولوجيا	3	0304101
0106231	مبادئ الاحصاء	3	-
0304200	إدارة المبيعات و البيع الشخصي	3	0304101
0304207	سلوك المستهلك	3	0304101
المجموع:			18

الفصل الدراسي الأول			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب جامعة	3	
	متطلب تخصص اختياري	3	
0304206	تسويق الخدمات	3	-
0304211	إدارة التسويق	3	0304101
0304200	الاتصالات التسويقية الالكترونية	3	0304101
1102231	تصميم جرافيكي بالحاسوب 1	3	1102112
المجموع:			18

السنة الثالثة

الفصل الدراسي الثاني			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب جامعة	3	
0304340	التسويق من خلال الهاتف النقال	3	0304310
0304310	نظم المعلومات التسويقية	3	0304210
0304314	بحوث التسويق	3	0302325
0304330	الريادة في التسويق	3	0304101
0309300	تصميم المواقع الالكترونية	3	-
المجموع:			18

الفصل الدراسي الأول			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب جامعة	3	
	متطلب تخصص اختياري	3	
0302325	منهجية البحث في الأعمال	3	0106231
0304302	التسعير	3	0304101
0304325	التسويق الالكتروني	3	0304200
0304327	التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية	3	0304200
المجموع:			18

السنة الرابعة

الفصل الدراسي الثاني			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب تخصص اختياري	3	
	مادة حرة	3	
0304211	استراتيجية التسويق الالكتروني	3	0304211
0304471	التسويق باستخدام محركات البحث	3	0304200
0302325 + 90 C.H	مشروع التخرج	3	
المجموع:			10

الفصل الدراسي الأول			
رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب جامعة	3	
0304492	التدريب الميداني	3	90 ساعة
0304421	تكنولوجيا الاعلان	3	0309210
0302441	الأعمال الالكترونية	3	3021000
0304412	استراتيجية العلامة التجارية	3	0304211
المجموع:			10

و- وصف المواد:

متطلبات الكلية الإلزامية (٢١ ساعة معتمدة)

مبادئ الإحصاء ٠١٠٦٢٣١ المتطلب السابق (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى دراسة الأساليب البيانية للظواهر محل الدراسة، البناء الجدولي للبيانات وعرضها بيانياً، مقاييس المتوسطات (الزعة المركزية)، مقاييس التشتت، تنظيم وعرض البيانات المزدوجة، الارتباط والانحدار واستخدام الانحدار في تقدير معالم النموذج والتنبؤ، السلاسل الزمنية، الأرقام القياسية والتعدادات السكانية.

مبادئ المحاسبة (١) ٠٣٠١١٠١ المتطلب السابق (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى التعريف بالمحاسبة وأهميتها كنظام معلومات في إعداد نظام محاسبي متطور. تركز هذه المادة على المنشآت التجارية والخدمية. وتتناول طبيعة المحاسبة وعلاقتها بالعلوم الأخرى ومسك الدفاتر – المعلومات المحاسبية وأهميتها في الاقتصاديات المعاصرة – القوائم المالية وأنواعها وأهدافها ومحتوياتها – المعادلة المحاسبية واثار العمليات المالية عليها – الدورة المحاسبية للعمليات المالية الرئيسية للمشروع بدون تسويات وتتضمن عمليات التسجيل والترحيل وإعداد ميزان المراجعة وإعداد القوائم المالية في المنشآت المالية والمنشآت الخدمية. معالجة عمليات التسوية الجردية وعمليات المخزون باستخدام نظام الجرد الدوري ونظام الجرد المستمر.

مبادئ الإدارة ٠٣٠٢١٠٠ المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بمفاهيم ومبادئ ونظريات وممارسات الإدارة المعاصرة في قطاع الأعمال. ماهية الإدارة وأهميتها، تطور الفكر الإداري، وظائف الإدارة التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة واتخاذ القرارات. وظائف المنشأة كالتسويق والمالية والإنتاج والعمليات والموارد البشرية، وإدارة المواد والبحث والتطوير وإدارة المعرفة.

منهجية البحث في الاعمال ٠٣٠٢٣٢٥ المتطلب السابق (مبادئ الإحصاء , ٠١٠٦٣٢١)

تهدف هذه المادة إلى إيضاح أساسيات البحث العلمي وأدواته وأساليبه ومراحله. الحصول على البيانات وتحليلها باستخدام الطرق الإحصائية واستخلاص النتائج وإعداد تقارير البحوث العلمية وتوثيق المعلومات الواردة فيها. استخدام برنامج الرزمة الإحصائية في العلوم الإنسانية (SPSS) لهذا الغرض.

مبادئ التسويق ٠٣٠٤١٠١ المتطلب السابق: (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بأساسيات علم التسويق وخاصة عناصر المزيج التسويقي (المنتج، المكان (التوزيع)، الترويج، و التسعير) وكيفية تأثير المؤسسات التجارية بالبيئة المحيطة، كما يتناول هذا المساق اثر سلوك المستهلك على العملية الشرائية وكيفية تقسيم الأسواق إلى قطاعات مستهدفة، وكيفية اتخاذ قرارات تطوير المنتج والسعر واختيار قنوات التوزيع وطرق الترويج الملائمة.

الإدارة المالية رقمها ٠٣٠٧١٠١ المتطلب السابق (مبادئ المحاسبة, ٠٣٠١١٠١)

تهدف هذه المادة إلى بيان دور وأهمية الإدارة المالية في منشآت الأعمال، وتحديد الوظائف التي يقوم بها المدير المالي، وبيان الأهداف القصيرة والطويلة التي تسعى إليها الإدارة المالية في منشآت الأعمال، والهيكل التنظيمي الحديث للإدارة المالية، وعلاقة منشآت الأعمال مع المتعاملين معها جنباً إلى جنب مع المساهمين، ودور الأخلاق في حياة الشركة، كما أنها تتطرق إلى موضوع القيمة الزمنية للنقود وتطبيقاتها العملية لما له من أثر وأهمية في العديد من القرارات المالية والاستثمارية، وكفاءة وفاعلية منشآت الأعمال في مجال الإدارة الكفؤة لرأس المال العامل، والأساليب المختلفة في مجال إدارة النقدية، والإدارة المالية الناجحة في مجال إدارة كل من المخزون والذمم المدينة، ودراسة مصادر التمويل المختلفة بأنواعه القصير وطويل الأجل.

الاقتصاد الجزئي رقمها ٠٣٠٧١١١ المتطلب السابق (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى التعرف على المفاهيم الاقتصادية المختلفة، وتحليل للمشكلة الاقتصادية المتمثلة بندرة الموارد الاقتصادية وكثرة الحاجات ووسائل إيجاد الحلول والمعالجات لها ضمن الانظمة الاقتصادية المختلفة، كما أنها تتناول موضوع المرونة وأهمية معرفة مرونة الطلب السعرية وتأثيرها على الإيراد الكلي ونقل العبء الضريبي، وتتناول هذه المادة أيضاً دراسة لاقتصاد السوق (الطلب والعرض) وتحديد السعر في السوق الحر وتدخل الحكومة عندما يلزم ذلك، ودراسة سلوك المستهلك وتوازنه وصولاً إلى الانتاج والتكاليف، والتطرق إلى أهم أشكال السوق.

متطلبات التخصص الاجبارية (60 ساعة معتمدة)

ادارة المبيعات و البيع الشخصي ٠٣٠٤٢٠٠ المتطلب السابق (مبادئ التسويق , ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى تعريف بإدارة المبيعات وتنظيمها ووظائف مدير المبيعات، وإدارة القوة البيعية من حيث الاختيار والتعيين التحفيز والتخطيط والرقابة على أعمال البيع ضمن أهداف المنشأة والتسويق، إضافة إلى التعرف بالبيع الشخصي والمبيعات المتوقعة وطرق التنبؤ بها والميزانية التقديرية لإدارة المبيعات وتخطيط مناطق البيع والحصص السوقية إضافة إلى تقييم النشاط البيعي.

تسويق الخدمات 0304206 المتطلب السابق : (مبادئ التسويق ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بالمبادئ والمفاهيم الأساسية والمشاكل الفريدة في تسويق الخدمات والتركيز على المفهوم والأهمية لدور التسويق وتطوره في مجال الخدمات واختلافه عن خصائص التسويق للسلع، وإكساب الطالب المعرفة في مجال التطبيقات التسويقية للخدمات وبناء الاستراتيجيات التسويقية الملائمة . كذلك تعريف الطالب بالقرارات والسياسات المتعلقة بالمزيج التسويقي في مجال الخدمات وتطبيقاتها المختلفة.

سلوك المستهلك ٠٣٠٤٢٠٧ المتطلب السابق (مبادئ التسويق , ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى توضيح عملية اتخاذ القرارات الشرائية للمنتج، وفهم سلوك المستهلك والتنبؤ بسلوكه في السوق والعوامل المؤثرة عليه، وكذلك النظريات والمداخل المختلفة لتفسير سلوكهم وكيفية اتخاذ القرارات لدى المستهلكين. كما يتناول دراسة وتحليل المشتري النهائي بالنسبة لكل نوع من أنواع السلع أو الخدمات وتطوير منتجات الشركة لتلبية السلوك المتغير في المستقبل.

إدارة التسويق ٠٣٠٤٢١١ المتطلب السابق (مبادئ التسويق , ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى التعرف بالمفاهيم الأساسية لإدارة التسويق وتشمل التخطيط التسويقي، إدارة عملية تقسيم الأسواق وكيفية اختيار القطاع المستهدف، إدارة إستراتيجية التوضع السوقي، إدارة عمليات التسعير للمنتجات المختلفة، إدارة الخطط والاستراتيجيات الترويجية ، كما سيتطرق المساق إلى كيفية تحفيز المستهلكين للشراء وكيفية تحقيق مبدأ التكامل في ادارة عناصر المزيج الترويجي المختلفة والتركيز على تطبيق فلسفة قيمة الزبون الكلية.

التسعير ٠٣٠٤٣٠٢ المتطلب السابق (مبادئ التسويق , ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى توضيح المضامين والمفاهيم الحديثة المرتبطة بمهام ونشاط التسعير ومساعدة الطالب على التعرف عن قرب على التسعير و استراتيجياته وفقا لما يطرق من جميع الظروف المحيطة. إضافة إلى إعطاء فكرة تفصيلية عن كيفية وأساليب التسعير بما يتلاءم مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى وبحسب دورة حياة المنتجات، باستخدام بعض الأساليب الكمية في توضيح كيفية احتساب الأسعار.

نظم المعلومات التسويقية ٠٣٠٤٣١٠ المتطلب السابق (ادارة تسويق , ٠٣٠٤٢١١)

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بمفهوم نظام المعلومات التسويقية وعلاقته بأنظمة المعلومات الإدارية الأخرى، العناصر والمكونات للنظام المعلوماتي التسويقي، نظام البحوث التسويقية، نظام الاستخبارات التسويقية، أنواع المعلومات التسويقية ومصادرها، دور نظام المعلومات التسويقية في التخطيط للأنشطة التسويقية والرقابة عليها، دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات التسويقية مثل القرارات الإستراتيجية وقرارات المزيج التسويقي وقرارات دورة حياة المنتج، ومعرفة العلاقة و التأثير لنظام المعلومات التسويقية و الأداء التسويقي للمؤسسة , الميزة التنافسية, و بناء المركز التنافسي للمؤسسة.

بحوث التسويق ٠٣٠٤٣١٤ المتطلب السابق (منهجية البحث في الاعمال , ٠٣٠٢٣٢٥)

تهدف هذه المادة الى إعطاء الطالب معرفة في أنظمة المعلومات التسويقية ودراسة وتحليل مفهوم ووظيفة بحوث التسويق ودورها في دعم القرار التسويقي في منظمات أعمال اليوم، حيث يتناول المساق وبشكل معمق كافة جوانب ومراحل عملية البحث التسويقي والتي تشمل على تحديد المشكلة البحثية، والتصميم البحثي الملائم، وتحديد أنواع ومصادر البيانات، وتصميم الاستبانات وطرق جمع البيانات الأخرى، وتطوير خطة المعاينة وتحديد حجم العينة، وجمع البيانات الميدانية،

وتحليل وتفسير البيانات، وتحضير وعرض التقرير البحثي، إضافة إلى التدريب العملي على إجراء البحوث التسويقية واستخدام أحد برامج الحاسوب التطبيقية لمعالجة البيانات واختبار الفرضيات.

التسويق الإلكتروني ٠٣٠٤٣٢٥ المتطلب السابق (الاتصالات التسويقية الكترونية , ٠٣٠٤٢٥٠)

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بطبيعة وأهمية التسويق الإلكتروني واستخداماته في الأسواق المحلية والدولية . وأهم مزاياه وفوائده ، تخطيط التسويق الإلكتروني وتحليل العوامل المؤثرة على تنفيذه ، الإنترنت ووظائفه واستخداماته ، ووسائل التسويق الإلكتروني وكيفية تقسيم السوق وتحليله باستخدام الوسائل الإلكترونية وكيفية تجميع وظائف الترويج (المزيج الترويجي الإلكتروني) ، كما وتهدف المادة الى تعريف الطالب بعملية التخصيص وكيفية التعامل مع القطاعات السوقية وبشكل الكتروني والمساهمة في زيادة خبرة العميل مع منتجات وخدمات الشركة علاه على ذلك، تقدم هذه المادة الاساليب الحديثة في طريقة ادارة عملاء المنظمة الالكترونية وكيفية الاستفادة من كافة البيانات المتوفرة من خلال هذه الانظمة.

اسم المادة : التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية ٠٣٠٤٣٢٧ المتطلب السابق (الاتصالات التسويقية الكترونية , ٠٣٠٤٢٥٠)

تهدف هذه المادة الى التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي ونشأتها وأهميتها لكل من الشركة والزبائن كما ويتضمن هذا المساق بتعريف الطالب بعناصر المزيج التسويقي الخاصة بالمنتجات والخدمات المباعة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى معرفة كيفية اعداد الخطط التسويقية للشركات العاملة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كما تهدف هذه المادة الى التعرف بكافة الأدوات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook ، Twiter..... وكيفية ادارة المحلات الترويجية من خلالها، حيث يتم التعلم على كيفية تقسيم السوق وتحديد السوق المستهدف وبعدها تحديد الميزانية الترويجية المناسبة .

الريادة في التسويق ٠٣٠٤٣٣٠ المتطلب السابق (مبادئ التسويق , ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى التركيز على تحديات التسويق في سوق العمل عند إطلاق مشاريع ريادية. والهدف الأساسي هو تقديم خارطة طريق للطلاب عن ثقافة الرياديين والمستثمرين في انشاء المشاريع الريادة وكيفية توظيف أدوات وتقنيات التسويق الريادي لخلق ميزة تنافسية مستدامة.

استراتيجية العلامة التجارية ٠٣٠٤٤١٢ المتطلب السابق (إدارة التسويق , ٠٣٠٤٢١١)

تهدف هذه المادة الى تزويد الطلبة بالمعارف والمهارات الخاصة بتطوير وتنفيذ استراتيجية العلامة التجارية ، إضافة الى كيفية بناء وقياس وإدارة قيمة العلامة. التعريف بكافة محاور العلامة التجارية وما يمكن أن تقدمه للمنظمة، من حيث وظيفة العلامة التجارية كعامل مهم في التأثير في سلوك كل من المستهلكين من خدمات المنظمة ، وكيفية اختيار مركز مناسب للعلامة التجارية في السوق أو توسيع نشاطها، ودور العلامة التجارية في كونها اداة رئيسية بالغة الاهمية في تمييز المنظمة وخدماتها وتعظيم قيمتها، إضافة الى خطوات بناء العلامة التجارية.

تكنولوجيا الإعلان ٠٣٠٤٤٢١ المتطلب السابق : ٠٣٠٤٢٥٠ الاتصالات التسويقية الإلكترونية

تهدف هذه المادة الى التعريف بالأساليب التكنولوجية المستخدمة في صناعة الإعلان المقروء والمسموع وكيفية صياغة الخطط الإستراتيجية في الإعلان الرقمي وكيفية تطبيقها على ارض الواقع. كما يتضمن هذا المساق تعريف الطالب على الآلية المستخدمة في المنصات الإلكترونية المعروفة مثل Facebook ، Twiter.....في متابعة الإعلانات بكافة أنواعها.

قنوات التوزيع و التكنولوجيا ٠٣٠٤٢٥١ المتطلب السابق: ٠٣٠٤١٠١ مبادئ التسويق

يقوم الطلاب بدراسة مجموعة متنوعة من مكونات قنوات التوزيع التي يمكن أن تساعدهم بشكل أفضل لتحقيق أهداف التسويق، ودمج منتجات وخدمات الشركة في تلك القنوات وبالتالي القيام بالتعديلات المطلوبة حسب الحاجة. وبطبيعة الحال سيدرس الطلاب قنوات التوزيع الجديدة مثل: الويب ٢.٠ ، الأجهزة المحمولة، وألعاب الفيديو، عوالم افتراضية، والبريد الإلكتروني، وسائل الاعلام الاجتماعية، التلفزيون التفاعلي، والإذاعة، كما يتعلم الطالب في هذا المساق كافة الامور المتعلقة في عملية التوزيع في شكلها التقليدي وكذلك الوسائل التكنولوجية الحديثة في عملية توزيع السلع والخدمات.

تصميم المواقع الإلكترونية ٠٣٠٤٣٤٠ المتطلب السابق (التسويق الإلكتروني ٠٣٠٤٣٢٥ + التصميم الجرافيكي ١١٠٢٢٣١

يهدف هذا المساق الى تعريف الطلبة بكيفية تصمي الويب و تزويده بمعلومات عامة عن عملية إنشاء صفحة الويب أ و هيتها التسويقية عبر الانترنت. هذا بالطبع يوسع معرفة في لغات البرمجة من خلال تعلي الطلاب لتحديد (صفحات الطرز المتراسة) وكيفية استخدامها لإضافة نمط ما إلى مستندات ويب. كذلك يبحث هذا المساق كيفية استخدام الرسومات ضمن صفحات ويب وملفات الصور المختلفة للأشكال المستخدمة على شبكة الانترنت. كذلك يقدم هذا المساق لمحة موجزة عن عملية إنشاء صفحة ويب.

الاتصالات التسويقية الإلكترونية ٠٣٠٤٢٥٠ المتطلب السابق: مبادئ تسويق ٠٣٠٤١٠١

تهدف هذه المادة الى التعرف بمفهوم الإتصالات التسويقية الإلكترونية وكيفية التطبيق هذه الإتصالات بشكل الكتروني حيث يتعلم الطالب كيفية استخدام كافة الأدوات الخاصة بعملية الاتصال وبشكل متكامل بحيث الرسالة الإعلانية .

مشروع التخرج ٠٣٠٤٤٩١ المتطلب السابق: ٩٠ ساعة + منهجية البحث في الأعمال ٠٣٠٢٣٢٥

تهدف هذه المادة تناول مواضيع ومشاكل تسويقية معاصرة فيما يخص التسويق الإلكتروني ومستقبلية بعيد ميداني واقعي، واستخدام المفاهيم والأفكار المرتبطة بعملية البحث العلمي والخطوات العلمية الضرورية لسلوك الباحث وخطة البحث العلمي بغرض الوصول الى النتائج و مناقشتها.

التدريب الميداني ٠٣٠٤٤٩٢ المتطلب السابق: ٩٠ ساعة

تهدف هذه المادة الى تقديم فرصة للطلاب لاكتساب خبرة مباشرة في بيئة عمل التسويق الإلكتروني الفعلي، وتوفر له فرصة لتطبيق المعرفة الأكاديمية التي اكتسبها خلال دراسته في المواقف العملية التطبيقية. بحيث يكتسب الطالب مهارات الاتصال و التفاعل على ارض الواقع.

متطلبات التخصص المساندة (٩) ساعات معتمدة

الأعمال الإلكترونية ٠٣٠٢٤٤١ المتطلب السابق: ٠٣٠٢١٠٠ مبادئ ادارة

تهدف هذه المادة إلى توضيح المفاهيم الأساسية والنواحي التطبيقية لتسويق المنتجات والخدمات عبر الإنترنت. تعرّف البنى التحتية التكنولوجية، نماذج الأعمال الإلكترونية، عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني، أنظمة الدفع الإلكتروني، المزايدات، المنظمات الافتراضية، الخصوصية والأمن الإلكتروني.

مقدمة في برامج التصميم الجرافيكي 1102112 المتطلب السابق: - (لا يوجد)

مقدمة تعريفية بأهم وظائف وإستخدامات برامج التصميم الجرافيكي (أدوبي فوتوشوب ، أدوبي أليستريوتر) . يتدرب الطالب على إستخدام القوائم و الأدوات الأساسية لتلك البرامج.

تصميم جرافيكي بالحاسوب ١ 1102231 المتطلب السابق: 1102112 مهارات حاسوب

يتدرب الطلاب في هذه المادة على المناهج المختلفة والأساليب المختلفة لتصميم وتنفيذ الشعار (اللوجو) و يتدرب الطالب على تنفيذ تصميمات باستخدام برنامج (أدوبي أليستريوتر) ، (أدوبي فوتوشوب) . كما يدرس الطالب نماذج من أهم تصميمات الشعارات المحلية و الدولية مع التركيز على مناسبة الشعار لطبيعة المنتج أو المؤسسة.

متطلبات التخصص الاختيارية (12) ساعة معتمدة:

رياضيات للعلوم الإدارية ٠١٠٦١٣١ (المتطلب السابق لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى تنمية المهارات الرياضية لطلبة الأعمال و تتضمن هذه المادة بشكل عام أساسيات التحليل الرياضي و مبادئ التفاضل و التكامل و تطبيقاتها، المجموعات و أسس الجبر و التحليل و إيجاد حلول المعادلات و المصفوفات و المحددات و دراسة المتواليات العددية و الهندسية و تقديم مفهوم الاقترانات أو الدوال للتمهيد لدراسة مفهوم النهايات و الاتصال و من ثم دراسة قواعد اشتقاق الاقترانات و طرق تكاملها و تقديم بعض التطبيقات المهمة في مجالات العلوم الإدارية.

اسم المادة: مبادئ المحاسبة (٢) ٠٣٠١١٠٢ (المتطلب السابق) (مبادئ المحاسبة (١), ٠٣٠١١٠١)

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بالمعالجة المحاسبية للذمم المدينة والأصول الثابتة والأصول غير الملموسة والالتزامات قصيرة الأجل والعمليات المتعلقة بحقوق الملكية المحاسبية عن النقدية (الخزينة والبنك) والتسويات المرتبطة بها - المحاسبة عن أوراق القبض والتسويات المرتبطة بها - المحاسبة عن المخزون والتسويات المرتبطة بها - المحاسبة عن الاستثمارات قصيرة الأجل والتسويات المرتبطة بها المحاسبة عن الأصول الملموسة وغير الملموسة والتسويات المرتبطة بها - المحاسبة عن الأصول الثابتة والتسويات المرتبطة بها - الدفاتر واليوميات المساعدة.

اسم المادة: محاسبة التكاليف (١) رقمها (٠٣٠١٢١٤) (المتطلب السابق) (مبادئ المحاسبة (٢), ٠٣٠١١٠٢)

تهدف هذه المادة الى التعرف على أهمية بيانات التكاليف والإجراءات اللازمة لتحديد التكلفة وتحليلها للأغراض خدمة الإدارة. مفاهيم التكلفة وتصنيفاتها وعناصرها وإعداد قوائم التكاليف. وأيضاً تغطي هذه المادة تحليل سلوك التكاليف مع حجم النشاط و انظمة محاسبة الأوامر الإنتاجية، محاسبة المراحل الإنتاجية، توزيع التكاليف غير المباشرة والمشاركة، التكاليف المعيارية، تحليل الانحرافات ومعالجة التالف والمعيب والخردة والفاقد.

نظم المعلومات الإدارية ٠٣٠٢١٢١ (المتطلب السابق) (لا يوجد)

تهدف هذه المادة إلى التعرف بالمفاهيم الأساسية لنظم المعلومات، عمليات جمع و تحليل و تخزين المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار الإداري. توزيع نظم المعلومات على كافة المستويات الإدارية طرق بناء نظم المعلومات الإدارية والتعريف بعوامل نجاح أو فشل نظم المعلومات. كيفية إيجاد نظم معلومات للأقسام الوظيفية الموجودة في الهيكل التنظيمي .

إدارة الموارد البشرية ٠٣٠٢٢٠١ : (المتطلب السابق) (مبادئ الإدارة، ٠٣٠٢١٠٠)

تهدف هذه المادة إلى بناء منهجية حديثة ومتقدمة لتطوير جميع العمليات التي تعني بها إدارة الموارد البشرية. تصميم الوظائف وتحليلها ووصفها وتقييمها وتصنيفها. عمليات الاستقطاب والاختيار والتعيين والترقية وتخطيط الموارد البشرية وتخطيط المسار الوظيفي. تصميم هياكل الأجور والمراتب وتحديد استراتيجيات تقييم الموارد البشرية وتطويرها.

الإدارة الاستراتيجية ٠٣٠٢٣٠٢ (المتطلب السابق) (مبادئ الإدارة، ٠٣٠٢١٠٠)

تهدف هذه المادة إلى تقديم مدخل عملي متكامل للإدارة الاستراتيجية في المؤسسات المختلفة في ظل التحديات البيئية المتنوعة بما يساعد على صياغة الاستراتيجية المناسبة. تناقش المادة المفاهيم والنظم المتقدمة للإدارة الاستراتيجية، تحليل بيئة الأعمال، عملية التخطيط الاستراتيجية وتقويمها، اتخاذ قرار الاختيار الاستراتيجي. وتتضمن المادة أيضاً دراسة لعدد من الحالات العملية في هذا المجال وتقديم واجبات جماعية.

إدارة سلسلة التوريد ٠٣٠٢٣٣١ : (المتطلب السابق) (مبادئ الإدارة، ٠٣٠٢١٠٠)

تهدف هذه المادة إلى توفير المعرفة والأدوات اللازمة لتطوير وتنفيذ واستدامة استراتيجيات لإدارة سلسلة التوريد. تشمل الموضوعات: بناء إطار استراتيجي لتحليل سلاسل التوريد، تصميم شبكة سلسلة التوريد، تخطيط الطلب والعرض، إدارة المخزون، الإمداد، النقل، إدارة التسعير والإيرادات، وتنسيق سلسلة التوريد

الابداع و تطوير المنتجات ٠٣٠٤٣٠١ المتطلب السابق (إدارة التسويق , ٠٣٠٤٢١١)

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب أن الابتكار وتطوير المنتجات الجديدة أمران حاسمان بالنسبة إلى قدرة الشركة على المنافسة على المدى الطويل في ظل بيئة تسويقية دينامية. يهدف هذا المساق الى التعريف بمراحل عملية تخطيط المنتج الجديد من حيث الأهداف والاستراتيجيات والبرامج التسويقية ، وإكساب الطالب المعرفة النظرية والعملية في تطوير وابتكار المنتجات الجديدة ، وكيفية وضع البرامج التسويقية الملائمة عند طرح المنتج الجديد للأسواق لأول مرة . كذلك تهدف هذه المادة إلى تزويد الطالب بشرح مفصل حول كيفية تبني المستهلك للمنتجات الجديدة والعوامل المؤثرة على عملية التبني ، إضافة إلى إكساب الطالب المعرفة في إدارة دورة حياة المنتج وطبيعة البرامج التسويقية.

التسويق الصيدلاني ٠٣٠٤٣٣١ المتطلب السابق (مبادئ التسويق , ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية والمتعلقة بالتسويق الدوائي. كما تهدف هذه المادة إلى تحديد الخصائص التي تتميز بها الصناعة الدوائية عن غيرها من الصناعات في الأردن، بالإضافة إلى تعريف الطالب بمواضيع متعددة في التسويق الصيدلاني مثل تحليل بيئة السوق الدوائية والتخطيط وتطوير مزيج التسويق الصيدلاني، بالإضافة إلى تطوير قدرات وإمكانيات الطلبة في دراسة التغييرات التي تواجه المنظمات الدوائية وتقديم الحلول والتطبيقات التسويقية المناسبة في القطاع الدوائي بالأردن.

تسويق الاعمال ٠٣٠٤٣٣٦ المتطلب السابق (إدارة التسويق , ٠٣٠٤٢١١)

تهدف هذه المادة الى يوضح المساق ماهية سوق الأعمال وهيكله وطبيعة التسويق لمنظمات الاعمال. وتصنيف السلع الصناعية وكذلك التنوُّب بالطلب على منتجات الاعمال وتجزئة اسواق الاعمال، كذلك تشمل الموضوعات السلوك الشرائي للمنظمات، واستراتيجيات التسويق للأعمال و استخبارات المنظمات الاعمال وقرارات المزيج التسويقي للسوق الصناعي.

استراتيجيات التسويق ٠٣٠٤٤١٠ المتطلب السابق (إدارة التسويق , ٠٣٠٤٢١١)

تهدف هذه المادة الى توضيح استراتيجيات التسويق وخطوات التخطيط الاستراتيجي وكيفية تحليل البيئة التسويقية وتجزئتها واقتناص الفرص وتجنب التهديدات المحتملة ، وكيفية تطوير المكانة السوقية، والتعرف على استراتيجيات التسعير والترويج وتطوير المنتجات المختلفة، وكيفية تطبيق استراتيجيات التسويق ومراقبتها وتقييم أدائها.

التسويق الدولي ٠٣٠٤٤١١ المتطلب السابق (إدارة التسويق , ٠٣٠٤٢١١)

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بطبيعة علم التسويق الدولي والإقليمي ابتداءً بتقديمه إلى مجال وتحديات التسويق الدولي بشكل عام وبالبيئة التسويقية الدولية ومؤثراتها الاقتصادية والثقافية والسياسية والقانونية ومن ثم تقديم الطالب إلى عملية تطوير الأسواق الدولية وتخطيطها وطرق بحث تلك الأسواق . والتطرق الى القرارات الخاصة بطرق التسويق الدولي وبأهم المؤسسات التمويلية في هذا المجال.

قضايا تسويقية معاصرة ٠٣٠٤٤٢٦ المتطلب السابق (إدارة التسويق , ٠٣٠٤٢١١)

تهدف هذه المادة الى تطوير حلول تسويقية للقضايا التسويقية العصرية من خلال تعزيز مهارات الطالب في كيفية التعامل مع قضايا عملية معاصرة يقوم مدرس المادة باختيارها وتحديدتها من بداية الفصل الدراسي . حيث يتم اختيار الحالات التي تعالج مشاكل تسويقية يتم تكليف الطلبة بدراستها وتحضير الحلول لها ومناقشتها في قاعة المحاضرة . وتكليف الطلبة بتقديم حلول لمشاكل معينة يطلب من الطلبة تقديمها وعرضها أمام زملائهم .

التسويق السياحي ٠٣٠٥٢١٤ المتطلب السابق (مبادئ التسويق , ٠٣٠٤١٠١)

تهدف هذه المادة الى التعريف بالتسويق السياحي وتطوره مع التركيز على المزيج التسويقي للخدمات السياحية من حيث نوعية الخدمات المقدمة، تسعيرها، توزيعها، الترويج لها محلياً ودولياً، مع استعراض الخدمات الفندقية، والتخطيط لها وإدارتها، وتنفيذ السياسات والبرامج التسويقية من قبل إدارة الخدمات السياحية وأهمية وجود الموارد البشرية المؤهلة والمدربة للقيام بذلك.

تصميم جرافيكي بالحاسوب ٢ 1102331 المتطلب السابق: 1102231 (تصميم جرافيكي بالحاسوب ١)

يتدرب الطلاب في هذه المادة على المناهج المختلفة لتصميم وتنفيذ المطبوعات المختلفة من أغلف الكتب ، والمجلات والملصقات وغيرها . و يتدرب الطالب على تنفيذ تصميمات باستخدام برنامج (أدوبي أليسترو تور)، (أدوبي فوتوشوب) و (أدوبي إن ديزين) .

تصميم جرافيكي بالحاسوب ٣ 1102332 المتطلب السابق: 1102331 (تصميم جرافيكي بالحاسوب ٢)

تتناول هذه المادة تطبيقات متقدمة في التصميم الجرافيكي للحملات الإعلانية والتوعوية، وتصميم الهوية البصرية من خلال مشاريع تصميمية تخدم البيئة والمجتمع والشركات المحلية .