جامعة عمان العربية
AMMAN ARAB UNIVERSITY

كلية الاعمال

قسم التسويق

الخطة الدراسية للحصول على درجة البكالوريوس
في تخصص التسويق الرقمي
للعام الجامعي 2023/2022

عدد ساعات الخطة (132) ساعة معتمدة نوع البرنامج: هجين/ عن بعد

نوع التخصص: ٧ إنساني علمي/ تقني ☐ علوم طبية

نمط التدريس	النسبة المئوية من ساعات الخطة الدراسية/ العدد	النموذج المستخدم (متزامن، غير متزامن)	النسبة الفعلية
التعلم الإلكتروني الكامل عن بعد	10%-20% حدًا أقصى	1:1	20%
التعلم المدمج (للتخصصات الإنسانية)	40%-60% حدًا أقصى	1:1	60%
التعلم المدمج (للتخصصات العلمية)	30%-50% حدًا أقصى	1:1	
التعلم الوجاهي (للتخصصات الإنسانية)	20% حدًا أدنى	---	20%
التعلم الوجاهي (التخصصات العلمية)	30% حدًا أدنى	---	

ملاحظة: توزع أنماط التعلم للمساقات على جميع المستويات الدراسية في البرنامج

رؤية القسم

الريادة والتميز في التعليم والتعلم الأكاديمي والبحثي في مجال التسويق والتسوق الرقمي على المستوى المحلي والإقليمي.

رسالة القسم

إعداد كوادر مؤهلة علميا مدعمة بمعارف ومهارات التسويق والتسويق الرقمي وأخلاقيات المهنة للعمل في كافة المجالات التسويقية، لتلبية احتياجات المجتمع المحلي والإقليمي، وفقًا لمعايير الجودة المحلية والدولية.

رسالة البرنامج

تقديم برامج أكاديمية متميزة في التسويق الرقمي ومدعمة بالمعارف والمهارات وأخلاقيات المهنة من خلال كوادر مؤهلة وقادرة على مواكبة المعايير المحلية والدولية وفقًا لمعايير إدماج التعليم الإلكتروني.

أهداف البرنامج التعليمية

1. إعداد كوادر بشرية متخصصة ومتميزة في التسويق الرقمي من خلال بيئة تعليمية ذات جودة عالية.
2. إجراء أبحاث ميدانية متخصصة في مجالات التسويق الرقمي.
3. رفد سوق العمل المحلي والاقليمي بكوادر بشرية مؤهلة في مختلف علوم ومعارف ومهارات التسويق الرقمي.
4. تمكين الخريجين من القدرة على اتخاذ القرارات التسويقية الفعالة في بيئة التسويق الرقمي.
5. تطوير كوادر تدريسية قادرة على مواكبة التقنيات في مجال التعليم.

مخرجات البرنامج التعليمية

1. تبيان المجالات الأساسية للتسويق الرقمي وتطبيقاتها.
2. توضيح الاتجاهات والأساليب الحديثة في مجال التسويق الرقمي.
3. استخدام التطبيقات التسويقية الرقمية في الأنشطة التسويقية الافتراضية.
4. تحليل المتغيرات التسويقية الرقمية المختلفة.
5. تقييم المشكلات التسويقية الرقمية.
6. تطوير مهارات اتخاذ القرارات التسويقية الفعالة في بيئة التسويق الرقمي.

مكونات الخطة

تتكون الخطة الدراسية لدرجة البكالوريوس في تخصص التسويق الرقمي من 132 ساعة معتمدة موزعة على النحو الآتي:

التسلسل	نوع المتطلب	عدد الساعات المعتمدة	النسبة المئوية %
أولاً	متطلبات الجامعة	27	20.5
ثانياً	متطلبات الكلية	18	13.5
ثالثاً	متطلبات التخصص	81	66
المجموع		**132**	**%100**

نظام الترميز المعتمد في الجامعة

التسلسل	مُستوى المساق		المجال المعرفي	رمز التخصص		رمز الكُلية
	الفصل	السنة	1,2,3,4	9	0	2

المجالات المعرفية

رمز المجال	المجال المعرفي	عدد الساعات المعتمدة في الخطة الدراسية
1	اساسيات التسويق الرقمي	15
2	عمليات التسويق الرقمي	18
3	التسويق الرقمي التطبيقي	9
4	تقنيات التسويق الرقمي	12

أولاً: متطلبات الجامعة (27) ساعة معتمدة

أ. متطلبات الجامعة الإجبارية: (18) ساعة معتمدة

نوع التعلم			رقم المساق	اسم المساق	الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
إلكتروني عن بعد	مدمج	وجاهي				
√			50511104	مهارات الاتصال والتواصل ا (اللغة العربية)	3	50511108
√			50511105	مهارات الاتصال والتواصل ا (اللغة الإنجليزية)	3	50511109
√			50511108	اللغة العربية (استدراكي)	0	---
√			50511109	اللغة الإنجليزية (استدراكي)	0	---
√			50511110	مهارات الحاسوب (استدراكي)	0	---
√			50511205	المهارات الحياتية والمسؤولية المجتمعية	3	---
√			50511206	التربية الوطنية	3	---
√			50511305	الريادة والابتكار	3	---
√			50511308	العلوم العسكرية	3	---
			المجموع		18	

ب. متطلبات الجامعة الاختيارية: (9) ساعة معتمدة يختارها الطالب من المساقات الآتية:

نوع التعلم			رقم المساق	اسم المساق	الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
إلكتروني عن بعد	مدمج	وجاهي				
√			50521106	مهارات الاتصال والتواصل 2 (اللغة العربية)	3	50511101
√			50521107	مهارات الاتصال والتواصل 2 (اللغة الإنجليزية)	3	50511102
√			50521203	مبادئ علم النفس	3	---
√			50521204	حقوق الإنسان	3	---
√			50531101	الثقافة الإسلامية	3	---

√			50531205	تاريخ القدس والوصاية الهاشمية	3	---
√			50541103	مهارات حاسوبية	3	50511110
√			50541204	التنمية والبيئة	3	---
√			50541206	الصحة والمجتمع	3	---
√			50541308	لغة أجنبية	3	---
√			50541309	الثقافة الرقمية	3	50511110
				المجموع	33	

ثانياً: متطلبات الكلية (18) ساعة معتمدة

أ. متطلبات الكلية الإجبارية (18) ساعة معتمدة

نوع التعلم			رقم المساق	اسم المساق	الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
الكتروني عن بعد	مدمج	وجاهي				
	√		20111101	مبادئ إدارة الأعمال	3	---
		√	20211101	مبادئ المحاسبة (ا)	3	---
		√	20311101	مبادئ الإدارة المالية	3	---
	√		20851101	أساسيات إدارة الموارد البشرية	3	---
	√		20351101	مبادئ الاقتصاد الجزئي	3	---
	√		20541101	اساسيات نظم المعلومات الإدارية	3	---
				المجموع	18	

ثالثاً: متطلبات التخصص (87) ساعة معتمدة

أ. متطلبات التخصص الإجبارية (60) ساعة معتمدة

نوع التعلم			رقم المساق	اسم المساق	س.م*	نظري	عملي	المتطلب السابق
الكتروني عن بعد	مدمج	وجاهي						
	√		20911201	مبادئ التسويق الرقمي	3	3	---	---
	√		20911203	سلوك المستهلك عبر الانترنت	3	3	---	20911201
	√		20913204	الابداع وتطوير المنتجات	3	3	---	20921101
		√	20922203	التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية والهاتف النقال	3	3	---	20911201
	√		20553205	نظم المعلومات التسويقية	3	3	---	20541101
	√		20921203	استراتيجية التسويق الرقمي	3	3	---	20911201
	√		20921101	إدارة التسويق	3	3	---	20911201
		√	20921102	الاتصالات التسويقية الرقمية	3	3	---	20911201
		√	20553104	تصميم المواقع الإلكترونية	3	3	---	20541101
		√	20944102	التسويق باستخدام محركات البحث	3	3	---	20553104
	√		20922304	قنوات التوزيع الرقمية	3	3	---	20911201
	√		20921304	استراتيجية العلامة التجارية	3	3	---	20911201

	√		20931101	التسويق الريادي الإلكتروني	3	3	---	20911201
	√		20944101	مهارات الاتصال والتكنلوجيا	3	3	---	20911201
	√		20553101	الاعمال الإلكترونية	3	3	---	20541101
	√		20944103	تسويق الخدمات المالية الإلكترونية	3	3	---	20911201
	√		20931102	تكنولوجيا الاعلان	3	3	---	20911201
	√		20931103	إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية	3	3	---	20911201
	√		20914207	ادارة المبيعات	3	3	---	20921101
		√	20944105	التدريب الميداني	3	---	3	اجتياز 90 س
				المجموع	**60**	**57**	**3**	

* الساعات المعتمدة

ب. متطلبات التخصص الاختيارية: يختار الطالب (12) ساعات معتمدة من المساقات الآتية:

نوع التعلم			رقم المساق	اسم المساق	س.م*	نظري	عملي	المتطلب السابق
الكتروني عن بعد	مدمج	وجاهي						
	√		20322104	المؤسسات المالية	3	3	---	20311101
		√	20532102	تطبيقات الحاسوب في الاعمال	3	3	---	---
	√		20543203	وسائط التواصل الاجتماعي	3	3	---	20541101
	√		20552104	اخلاقيات الحاسوب	3	3	---	---
	√		20912026	إدارة التسعير	3	3	---	20911201
	√		20913205	ادارة العلاقات العامة	3	3	---	---
	√		20913206	التسويق الالكتروني	3	3	---	20911201
		√	20921305	إدارة التجزئة	3	3	---	20911201
	√		20931105	قضايا معاصرة في التسويق الرقمي	3	3	---	20911201
	√		20931106	التسويق السياحي الرقمي	3	3	---	20911201
	√		20944106	التسويق الاخضر	3	3	---	20911201
		√	20944206	مشروع التخرج	3	---	3	اجتياز 90 س
			المجموع		36	33	3	

ج. مواد مساندة (15) ساعة معتمدة

نوع التعلم			رقم المساق	اسم المساق	س.م*	نظري	عملي	المتطلب السابق
إلكتروني عن بعد	مدمج	وجاهي						
	√		20542205	نظم المعلومات الادارية المتقدمة	3	3	---	20541101
	√		50531100	مبادئ الإحصاء والاحتمالات	3	3		
	√		20503103	أساليب البحث العلمي	3	3	---	50531100
	√		20911101	مبادئ التسويق	3			-----
	√		20113108	الريادة في الاعمال	3	3	---	---
			المجموع		15	15	0	

* الساعات المعتمدة

الخطة الاسترشادية

السنة الأولى

الفصل الأول					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
20111101	مبادئ إدارة الاعمال	مدمج	3	---	---
20311101	مبادئ الإدارة المالية	وجاهي	3	---	---
20911101	مبادئ التسويق	مدمج	3	---	---
20541101	اساسيات نظم المعلومات الإدارية	مدمج	3	---	---
20911201	مبادئ التسويق الرقمي	مدمج	3	---	---
---	متطلب جامعة اختياري	الكتروني- عن بعد	3	---	---
المجموع			18		

الفصل الثاني					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
20351101	مبادئ الاقتصاد الجزئي	وجاهي	3	---	---
20921101	إدارة التسويق	مدمج	3	20911201	---
50531100	مبادئ الإحصاء والاحتمالات	وجاهي	3	---	---
20211101	مبادئ المحاسبة (I)	وجاهي	3	---	---
---	متطلب جامعة اجباري	الكتروني- عن بعد	3	50511109	---
20542205	نظم المعلومات الادارية المتقدمة	وجاهي	3	20541101	---
المجموع			18		

* الساعات المعتمدة

السنة الثانية

الفصل الأول					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
20921203	استراتيجية التسويق الرقمي	مدمج	3	20911201	---
20911203	سلوك المستهلك عبر الانترنت	مدمج	3	20911201	---
20851101	أساسيات إدارة الموارد البشرية	مدمج	3	---	---
20921102	الاتصالات التسويقية الرقمية	وجاهي	3	20911201	---
20931101	التسويق الريادي الإلكتروني	مدمج	3	20911201	---
المجموع			15		

الفصل الثاني					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
---	متطلب جامعة اجباري	الكتروني-عن بعد	3	---	---
20922203	التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية والهاتف النقال	وجاهي	3	20911201	---
20503103	أساليب البحث العلمي	مدمج	3	20551207	---
20931102	تكنلوجيا الاعلان	مدمج	3	20911201	---
---	متطلب جامعة اجباري	الكتروني-عن بعد	3	---	---
---	متطلب جامعة اختياري	الكتروني-عن بعد	3	---	---
المجموع			18		

* الساعات المعتمدة

السنة الثالثة

الفصل الأول					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
20553104	تصميم المواقع الإلكترونية	وجاهي	3	20541101	---
20931103	إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية	مدمج	3	20553101	---
20553101	الاعمال الإلكترونية	مدمج	3	20541101	---
20913204	الابداع وتطوير المنتجات	مدمج	3	20921101	---
---	متطلب جامعة اجباري	الكتروني-عن بعد	3	---	---
المجموع			15		

الفصل الثاني					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
20553205	نظم المعلومات التسويقية	مدمج	3	20541101	---
20922304	قنوات التوزيع الرقمية	مدمج	3	20911201	---
---	متطلب جامعة اجباري	الكتروني-عن بعد	3	---	---
---	متطلب تخصص اختياري	الكتروني-عن بعد	3	---	---
20921304	استراتيجية العلامة التجارية	مدمج	3	20911201	---
---	متطلب تخصص اختياري	---	3	---	---
المجموع			18		

* الساعات المعتمدة

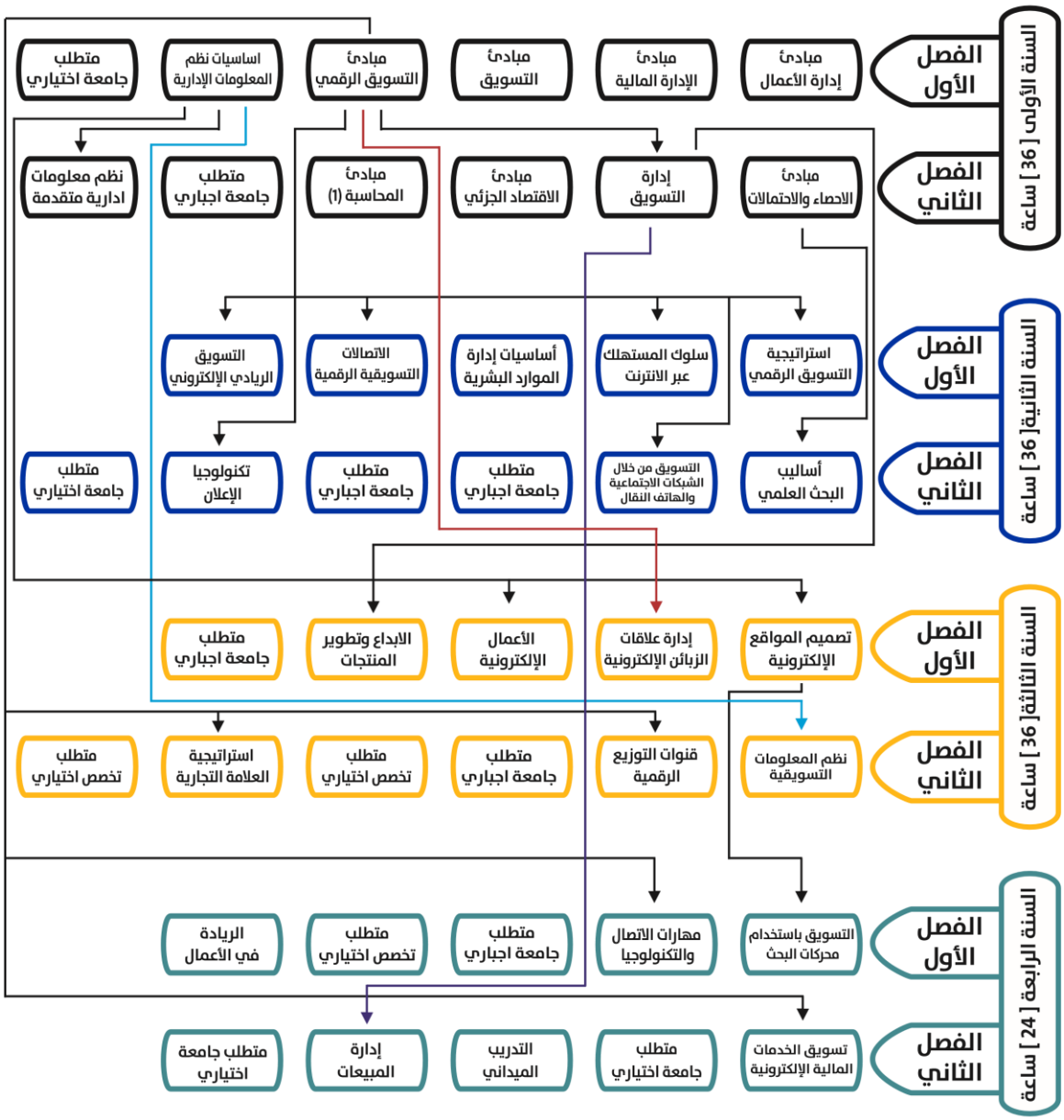
السنة الرابعة

الفصل الأول					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
20944102	التسويق باستخدام محركات البحث	وجاهي	3	20553104	---
20944101	مهارات الاتصال والتكنلوجيا	مدمج	3	20911201	---
50511204	متطلب جامعة اجباري	الكتروني- عن بعد	3	---	---
---	متطلب تخصص اختياري	الكتروني- عن بعد	3	---	---
20113108	الريادة في الاعمال	مدمج	3	---	---
المجموع			15		

الفصل الثاني					
رقم المساق	اسم المساق	نوع التعلم	س.م*	المتطلب السابق	المتطلب المتزامن
20944103	تسويق الخدمات المالية الإلكترونية	مدمج	3	20911201	---
---	متطلب جامعة اختياري	الكتروني- عن بعد	3	---	---
20944105	التدريب الميداني	وجاهي	3	اجتياز 90 س	---
20914207	ادارة المبيعات	مدمج	3	20911201	---
---	متطلب تخصص اختياري		3	---	---
المجموع			15		

* الساعات المعتمدة

شجرة المساقات



وصف المساقات

(20111101)، مبادئ إدارة الأعمال، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.
يهدف هذا المساق الى تزويد الطلاب بفهم شامل للمفاهيم الأساسية للإدارة والمدارس الإدارية المختلفة، مما يمكنهم من فهم أعمق لكيفية عمل المنظمات وأدارتها بفعالية. كما يشمل المساق التعرف على الوظائف الأساسية للإدارة وكيفية تفاعلها مع بعضها البعض لتحقيق الأهداف التنظيمية، ويركز أيضا على تطوير المهارات الإدارية الأساسية بما في ذلك حل المشكلات بطرق إبداعية، وتنظيم الوقت بكفاءة واستغلال الموارد المتاحة بأفضل طريقة، بالإضافة الى ذلك يتضمن المساق تعزيز مهارة التواصل بين المستويات الإدارية المختلفة داخل المنظمة والتفاعل الناجح مع عناصر البيئة الخارجية.

(20211101)، مبادئ المحاسبة (1)، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: وجاهي.
يهدف هذا المساق الى تعريف الطالب على علم المحاسبة والنظام المحاسبي وعناصره الأساسية ونظام القيد المزدوج والعمليات المتعلقة برأس المال، والعمليات النقدية، وعمليات البضاعة، والذمم المدينة، وإعداد ميزان المراجعة ومعرفة عناصر القوائم المالية.

(20311101)، مبادئ الإدارة المالية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: وجاهي.
يهدف هذه المساق الى تعريف الطالب بالجوانب الأساسية عن دور وبيئة الادارة المالية وعن اهم المفاهيم في الادارة المالية والطرق التحليلية التي تساعد الطلبة على فهم وتحليل ادوات التحليل المالي باشكاله المختلفة ويوازن هذا المساق ما بين النظرية والتطبيق وخاصة بمايتعلق بمفهوم وقياس القيمة الزمنية للنقود.

(20851101)، أساسيات إدارة الموارد البشرية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.
يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بفهم شامل لدور إدارة الموارد البشرية في المنظمات وكيفية تكاملها مع عمليات المنظمة. سيتعلم الطلاب كيفية شرح وظائف إدارة الموارد البشرية المختلفة وأهميتها في تحقيق أهداف المنظمة. كما سيغطي المساق طرق تصميم وصف الوظيفة وتصنيفها وتقييمها، إلى جانب التخطيط الفعال للموارد البشرية وتنفيذ إجراءات الاستقطاب والاختيار والتعيين. سيتم أيضًا التركيز توضيح طرق إدارة وتقييم الأداء وأسس تحديد التعويضات والمنافع للموارد البشرية. أخيرًا، سيكتسب الطلاب مهارات تطبيقية في استقطاب وتطوير والمحافظة على الموارد البشرية وتعزيز نسبة الرضا الوظيفي من خلال تطبيقات عملية ودراسات حالة.

(20351101)، مبادئ الاقتصاد الجزئي، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المساق الى التعرف على المبادئ الاساسية المتعلقة بعلم الاقتصاد وبتعريفه واهدافه وادوات التحليل الاقتصادي مع عرض لاهم النظم الاقتصادية الموجودة في عالمنا واستعراض اهم المرتكزات التي تقوم عليها، وبيان موقفها من المشكلة الاقتصادية وطريقة علاجها كما يركز المقرر على توضيح اهم موضوعات النظرية الاقتصادية الجزئية مثل نظرية العرض والطلب وقانون العرض والطلب وسلوك المستهلك، والقدرة على احتساب المرونات والانتاج والتكاليف بالإضافة الى التحليل الفكري الناقد و التنبؤ بما تحتاجه السوق لمعرفة سلوك المستهلك والسوق.

(20911101)، مبادئ التسويق، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.

يهدف المساق بشكل عام إلى دراسة التسويق كمبادئ وأسس ومفاهيم أوليه وأهداف التسويق والعوامل المؤثرة عليه ويهدف هذا المساق إلى تعريف الطلبة بالمبادئ والمفاهيم التسويقية الحديثة ويشمل دراسة تطور مفاهيم التسويق وعناصر مزيجه وركائز بنائه ومنافعه وانواعه وعيوبه، والبيئة التسويقية وتجزئة التسويق، وسلوك المستهلك، ومعلومات وبحوث التسويق، والأسواق المستهدفة، وتطوير المنتجات، والقنوات التوزيعية، ووضع السياسات السعرية والاتصالات التسويقية المتكاملة وعناصره الترويجية والتسويق الالكتروني ومنافعه ومزاياه واهميته.

(20541101)، اساسيات نظم المعلومات الادارية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المساق إلى التعرف على المفاهيم الأساسية لنظم المعلومات الإدارية وتطبيقاتها في منظمات الأعمال. ويتضمن التعريف بنظم المعلومات الإدارية وتصنيفها ووظائفها ومكوناتها والبنية التحتية التقنية الخاصة بها، وتأثير هذه النظم على المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة. والتعرف على أهمية إدارة نظم المعلومات وتأثيرها على منظمات الأعمال.

(50531100)، مبادئ الإحصاء والاحتمالات، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.

البيانات وتمثيلها بالجداول والرسم، مقايس النزعة المركزية والتشتت، طرق العد، التباين، توزيع ذات الحدين، قوانين الاحتمال، المتغيرات العشوائية، توزيعات المعاينة، الارتباط والانحدار، معامل الارتباط.

(20911201)، مبادئ التسويق الرقمي، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن مساق مبادئ التسويق الرقمي مفاهيم أساسية عن مساهمة التحولات الرقمية في ظهور الأسواق الالكترونية، ودور الانترنت في تغيير مفاهيم التسويق التقليدية الى التسويق الرقمي مثل خصائص المستهلك عبر الانترنت، وتجزئة الاسواق، كما يبين تغير خصائص المزيج التسويقي الى خصائص جديدة للمنتج والتسعير والترويج والتوصيل، واستراتيجيات التسويق الرقمي، وتقنيات التسويق الرقمي في خدمة العملاء.

(20911203)، سلوك المستهلك عبر الانترنت، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن المساق التعريف بالمفاهيم المرتبطة بسلوك المشتري الرقمي او عبر البيئة الرقمية، وذلك من خلال التركيز على المفاهيم الأساسية المتعلقة بسلوك المستهلك عبر الانترنت، العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك عبر الانترنت، دور المنظمات والحكومة في حماية المستهلك الالكتروني، أهم المداخل والنماذج التي تفسر سلوك المستهلك، تحليل اهم المتغيرات الحضارية والاجتماعية والفردية متمثلة الدوافع، الحاجات، الاتجاهات، الشخصية، والتمييز بين التعلم والادراك والطبقة الاجتماعية التي تشكل السلوك الشرائي للمشتري عبر الأنترنت، بالإضافة الى مناقشة الأسرة، الجماعات المرجعية وقادة الرأي وأثرها في سلوك المستهلك. بالإضافة الى بناء وتقييم مزيج الاتصالات التسويقية وسلوك المستهلك الالكتروني.

(20913204)، الابداع وتطوير المنتجات، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: ادارة التسويق، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن المساق التعريف بالأبداع وتطوير المنتجات، وذلك من خلال التركيز على دورة حياة المنتج المادي والرقمي واستراتيجياتها التسويقية، مقدمة في تطوير المنتجات والوظائف المرتبطة بتطوير المنتجات وأصناف المنتجات الجديدة، نماذج ومسارات تطوير المنتجات الرقمية، تخطيط المنتج ويشمل مشاريع تطوير المنتجات ومراحل التخطيط للمنتجات الجديدة، المراحل الرئيسية لتطوير المنتجات الجديدة، التخطيط الاستراتيجي للمنتجات الجديدة، تحديد احتياجات العملاء وأهميته في تعظيم فائدة المستهلك من السلعة الملموسة، وثيقة ومواصفات المنتجات الجديدة، الفرص الإبداعية التسويقية في تطوير المنتجات، وأسباب فشل طرح المنتجات الجديدة.

(20922203)، التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية والهاتف النقال، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن المساق الى التعريف بالشبكات التواصل الاجتماعي وواجهات التواصل الاجتماعي التي من شأنها جذب المشترين الرقميين للمواقع الإلكترونية والمتاجر التقليدية من خلال خصائص استخدام المحركات الذكية والمواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية وبرمجيات تتبع سلوك المشتري الرقمي وتحليلها وتقييمها والخروج بنتائج عن خصائص المشتري وارسال الاعلانات التي تناسب رغباته. وتطوير خطة تسويقية و تنفيذ الحملات الاعلانية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

(20553205)، نظم المعلومات التسويقية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: اساسيات نظم المعلومات الادارية، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن المساق المبادئ الأساسية لنظم المعلومات التسويقية وتطبيقاتها واستراتيجياتها ودورها في توزيع المنتجات والخدمات للزبائن. و المفاهيم الأساسية في نظم المعلومات التسويقية، وتحليل وتصميم نظم المعلومات التسويقية، استخدام تكنلوجيا المعلومات للحصول على المعلومات التسويقية، تصميم وتحليل أنظمة التسويق الذكية وأنظمة الاتصالات التسويقية، عرض لأنواع وخصائص الحزمة البرمجية التسويقية الرئيسية.

(20921203)، استراتيجية التسويق الرقمي، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق الى التعريف بمفهوم واهمية استراتيجية التسويق الرقمي. وتمكين الطالب من التمييز بين أنواع استراتيجيات التسويق الرقمي وكيفية بنائها. وتمكين الطالب من استخدام أدوات تحليل البيئة التسويقية لتحديد استراتيجية التسويق الملائمة للأهداف التسويقية، والتمييز بين استراتيجيات التسويق التقليدية والرقمية وربط اهداف الخطة التسويقية بأكثر الوسائل التسويقية الرقمية مناسبة لتنفيذها.

(20921101)، إدارة التسويق، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف بالوظائف الإدارية المستخدمة في ادارة التسويق والتعريف بإدارة التسويق واهدافها واهميتها ومراحل تطورها وخطواتها كعملية وكنظام، والفرص التسويقية واستراتيجية التسويق ووظائف ادارة التسويق وهي التخطيط والتنظيم والتنسيق والتوجيه واتخاذ القرارات التسويقية والرقابة التسويقية وادارة التسويق الدولي والصناعي والخدماتي ومدير التسويق العالمي وخصائصه والتسويق الرقمي.

(20921102)، الاتصالات التسويقية الرقمية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: وجاهي.

يتضمن مساق الاتصالات التسويقية الأنشطة والأدوات والوسائل الرقمية التي توصل المنتج أو العلامة التجارية أو الخدمة بالمستهلك، بما في ذلك الإعلان والمجالات المساندة له من تسويق مباشر، وعلاقات عامة، وهوية مؤسسية ، و يتضمن التعريف بمراحل تطور التصنيع وبيئة الأعمال وفلسفة التسويق، إلى جانب تطور التكنولوجيا والاتصالات وعولمة الأسواق، ، وتزويد الطلاب بالمهارات لتحليل استراتيجيات الاتصالات التسويقية الرقمية وكيفية استخدام وتكامل الوسائط الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية

(20553104)، تصميم المواقع الالكترونية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: وجاهي

يهدف المساق إلى التعرف على مفهوم تصميم المواقع الإلكترونية والبنية التحتية لها. ويركز هذا المساق على دراسة كيفية استخدام لغة الـ HTML لتطوير وبناء مواقع الإنترنت. ويتم أيضاً التعرف على أحدث البرمجيات والتقنيات الحديثة المستخدمة في تطوير وبناء صفحات الإنترنت. ويتسنى للطالب القيام بتطوير وبناء موقعه الخاص على الإنترنت باستخدام الخدمات والوسائل المتعددة المتاحة على الشبكة ويتضمن ذلك حجز مساحة خاصة على Web Server وحجز اسم الموقع على شبكة الإنترنت واستخدام تقنيات الـ FTP لنقل الملفات المصممة إلى الموقع.

(20944102)، التسويق باستخدام محركات البحث، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: وجاهي.

يهدف هذا المساق التعريف بأساسيات محركات البحث وكيفية زيادة ظهور موقع (الويب) في محركات البحث عن طريق الفهرسة وشراء الإعلانات وكذلك تحسين الموقع على شبكة الانترنت لمحركات البحث. كما يتضمن توضيح كيفية استخدام الاعلانات المدفوعة وتقييمها لإظهار الموقع (الويب) الخاص بالمنظمة، وكيفية تطوير حملة إعلانية عن طريق محركات البحث وتقييم فاعليتها

(20922304)، قنوات التوزيع الرقمية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق دراسة عناصر قنوات التوزيع الرقمية المنتج، تاجر الجملة، تاجر التجزئة(مع الاهتمام بكيفية استخدام وتطبيق العناصر الرقمية المتعلقة بالمنتجات الملموسة وغير الملموسة، وتنظيم عمليات الاعمال الرقمية بين المنتج وتاجر الجملة والمستهلك ،والتركيز على طرق تصميم وتطوير وتقييم قنوات توزيعية رقمية كفؤة، والمراقبة والتقييم الإلكتروني للنشاطات التوزيعية في قنوات التوزيع، كما ويركز هذا المساق على دراسة قنوات التوزيع كأسس ومفاهيم

أوليه وأهدافها وأهميتها وقنوات التوزيع في الأسواق الاستهلاكية والصناعية والخدماتية والسوق الدولي، والوسطاء وانواعهم الثلاثة.

(20921304)، استراتيجية العلامة التجارية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذه المساق التعريف بالعلامة التجارية وادارتها وما يمكن أن تقدمه لمالكها كعامل مهم في التأثير على السلوك الشرائي للمستهلك وارتباطه بها، وكيفية تحليل واختيار مركز مناسب للعلامة التجارية في السوق، ودور العلامة التجارية في تمييز المنتجات وتعظيم قيمتها، ودراسة أسس ومفاهيم أوليه للعلامة التجارية، وأنواعها وعناصر البناء المعرفي لها وأسس تحليلها واختيارها وأسلوب تسجيلها وطرق حمايتها وتمييز العلامات التجارية وقيمة العلامات التجارية ونماذج بناء القيمة ودراسة حالات عملية لعلامات تجارية اردنية وعربية وعالمية.

(20931101)، التسويق الريادي الالكتروني، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف بالأنشطة التسويقية التي يتم استخدامها للشركات الناشئة، لمساعدتها في التطور، وذلك من خلال الاستفادة من الفرص المتاحة للشركة وكيفية بناء استراتيجيات تسويقية تتناسب مع مراحل نمو المشروع، وتزويد رواد الاعمال الناشئة بالمهارات والأدوات اللازمة لاستخدام التسويق الرقمي ، كما يتضمن ايضا توضيح كيفية استخدام عمليات الابتكار في المزيج التسويقي لتمييزه، وجعل عملية التسويق أكثر فعالية خاصةً مع إضافة القيمة المضافة للعميل لضمان تعامله مع الشركة، والحفاظ على ولائه لها.

(20944101)، مهارات الاتصال والتكنولوجيا، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المساق إلى إكساب الطالب مهارات استخدام مختلف الوسائل التكنلوجية (الايميل والانترنت وتطبيقات الاتصال المختلفة) في الاتصال وتعزيز مهارات التواصل الاجتماعي مستندا إلى عناصر مهنية مرتبطة ببيئة الأعمال . حيث يرتكز المساق ايضاً على استخدام والاستفادة من الأدوات التكنولوجية والإعلامية وتدعيم مهارات الاتصال المختلفة، بحيث يتم التركيز ايضا على قنوات العمل الجماعي وتقييمها مثل الشبكات الاجتماعية والتطبيقات الالكترونية والمؤتمرات المرئية وغيرها. كما يتطرق المساق الى طرق التفاعل والتواصل مع الزبائن وكيفية التفاوض معهم لتحقيق أهداف المبيعات والتسويق.

(20553101)، الاعمال الالكترونية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المساق إلى التعرف على المفاهيم الأساسية لإدارة الأعمال الإلكترونية ووظائفها وأهدافها، ونماذج الأعمال الإلكترونية، والبنيات الأساسية لإدارة الأعمال الإلكترونية، واستراتيجيات الأعمال الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية.
دراسة دور الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في تغيير هيكل الصناعات بأكملها، وكيفية تأثيرها على العمليات التجارية بما في ذلك المعاملات الإلكترونية وسلاسل التوريد واتخاذ القرارات والأداء التنظيمي.

(20944103)، تسويق الخدمات المالية الالكترونية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف بالمبادئ العامة لتسويق وتحليل الخدمات المالية، والسلوك الشرائي للخدمة المالية ومحدداته، وتقييم بيئات تسويق الخدمات المالية الإلكترونية، تطوير وابتكار الخدمات المالية الالكترونية لحل المشكلات المتعلقة بتعزيز الخدمة المالية، واستخداماتها وتقييمها، وتسعير الخدمات المالية، والتعرف على أنماط العملاء وطرق التعامل معهم، وعناصر المزيج التسويقي للخدمات المالية، وتوضيح خدمات المصارف الإلكترونية وشركات الصرافة، والتأمين والإقراض بأنواعها، وشرح المزايا الجديدة لهذه الخدمات من حيث الراحة والأمان وحل المشكلات المتعلقة بتمييز الخدمة المالية.

(20931102)، تكنولوجيا الاعلان، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق تعريف الطالب بأهمية الإعلان كأحد عناصر مزيج الاتصال، ودوره في بناء الوعي بالعلامة التجارية وتحسين صورة المنظمة. والتركيز على تحليل الإعلانات المرئية والمطبوعة والمسموعة لتطبيق إعلانات فعالة، وتقييم الأخطاء الإعلانية وكيفية تجنبها. وكذلك تطوير الحملة الإعلانية الفعالة وتطبيقاتها العملية في المختبر وكيفية استخدامها ووضع ميزانياتها ومعالجة العلاقة التفاعلية والتكاملية بين الإعلان وبقية عناصر المزيج الاتصالي.

(20911203)، إدارة علاقات الزبائن الالكترونية، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف بالإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن، وتوضيح أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم. وذلك من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية المتمثلة بالبرمجيات الخاصة بمساعدة الزبائن على البحث في موقع المتجر الالكتروني وخصائصه، وبرامج تعزيز الولاء ومساعدة الزبون على تحديد مواصفات خاصة للخدمة او السلعة، وتامين الامان وطرق الدفع الالكتروني، كما يتضمن المساق تفسير المفاهيم النظرية لعلاقات الزبائن والأدوات والبرمجيات المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن وذلك من خلال استخدام بعض منها وتمييز البعض الاخر لمتابعة اوامر الشراء والتسليم في الوقت المحدد وخدمات ما بعد البيع او ما، كما يتضمن بناء علاقات طويلة الامد مع الزبائن وقيمة الزبون ومتغيرات واستراتيجيات إدارة علاقات الزبائن والعلاقة مع ادارة المعرفة وادارة العلاقات مع الزبائن إلكترونياً.

(20944206)، مشروع التخرج، (الساعات المعتمدة 3، ن:0، ع: 3)، المتطلب السابق: اجتياز 90 ساعة، نوع التعلم: وجاهي.

يهدف هذا المساق الى رفع وتطوير المستوى البحثي لدى الطلاب بحيث بتم تزويد الطالب بالمفاهيم البحثية الأساسية وكيفية التعامل مع المراحل المختلفة لإعداد البحوث العلمية وتطبيقها. يتوقع من الطالب أن يكون قادراَ على إعداد البحوث وتطبيقها من خلال تناوله لمشكلة دراسية نظرية أو تطبيقية في مجالات التسويق الرقمي.

(20914207)، إدارة المبيعات، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: ادرة التسويق، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف بإدارة المبيعات من خلال تعريف الطلبة بعملية التخطيط الاستراتيجي وإعداد الموازنات وكذلك تطوير الوظائف البيعيه وتقييمها بما يتعلق بالعلاقة مع الزبائن ودراسة مشاكلهم وإدارة المناطق وتنظيمها بالإضافة إلى التنبؤ وتحديد الطلب، وقيادة ، وتوجيه ، وتحفيز واختيار وتدريب رجال البيع كما ويهدف الى تزويد الطلبة بالمعرفة والمهارات ذات العلاقة بأساليب البيع المختلفة وكيفية تطوير واتخاذ القرارات لحل المشاكل البيعية، ومهارات التعامل مع الزبائن، وإجراء الحوار البيعي .

(20921305)، التدريب الميداني، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: اجتياز 90 ساعة، نوع التعلم: وجاهي

يهدف هذا المساق إلى توفير بيئة عملية لتطبيق المهارات والمعارف التي تعلمها الطالب أثناء الدراسة في أحد مجالات التسويق الرقمي، وذلك في شركة أو مصنع أو جهة حكومية أو خاصة، ولفترة محددة بعد موافقة القسم وتحت إشراف عضو هيئة تدريس، حيث يتم متابعة الطالب وتقييمه من قبل الجهة التي قامت على تدريبه بالإضافة إلى تقييم المشرف عليه.

(20931105)، قضايا معاصرة في التسويق الرقمي، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف بأحدث الموضوعات الرقمية التي تتعلق بالتسويق الرقمي، ويتناول مجموعة واسعة من الموضوعات والقضايا التي تؤثر في التسويق الرقمي مثل القضايا التكنولوجيا والابتكار والاقتصاد والعولمة والقانون والاخلاقيات وتزويد بفهم شامل للقضايا الحديثة والتحديات وتحفيز النقاش والتفكير النقدي حول القضايا وطرق التعامل معها

(20921305)، إدارة التجزئة، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: وجاهي.

يتضمن هذا المساق التعريف بإدارة تجارة التجزئة، ومعرفة كيفية التخطيط الاستراتيجي لتجارة التجزئة، وانواع مؤسسات تجارة التجزئة، وكيفية استخدام التكنولوجيا في تجارة التجزئة وطرق تمويل مؤسسات تجارة التجزئة. ثم استخدام حق الامتياز في إدارة تجارة التجزئة. وتخطيط المزيج التسويقي لمؤسسات تجارة التجزئة ووسائل الرقابة على نشاطات تجارة التجزئة.

(20931106)، التسويق السياحي الرقمي، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف باهمية التسويق السياحي والفندقي الرقمي أو ما يطلق عليه صناعة السياحة وصناعة الضيافة ويهدف هذا المساق إلى تزويد الطلبة بالمعرفة اللازمة لفهم طبيعة الوسائل الرقمية التي يتم استخدامها لجذب السائحين من بلدانهم من خلال تفعيل الترويج الرقمي والحجوزات السياحية عن بعد وتوضيح خصائص الخدمة السياحية من خلال الكتالوجات الرقمية ، وكيفية التخطيط لها، وموائمتها مع متطلبات الزبون السائح، من خلال تعريفهم بالسياحة التاريخية، والدينية، والعلاجية، ... الخ.

(20912026)، إدارة التسعير، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعرف على الاستراتيجيات والعمليات المتعلقة بتحديد اسعار المنتج او الخدمة، وبيان كيف يوثر على المركز التنافسي للمنظمة ونصيبها من السوق وبالتالي على الارباح التي يمكن تحقيقها، وتحليل السوق وتقدير الطلب وتحديد افضل الأسعار التنافسية، وتقييم استراتيجيات التسعير الفعالة والتي تساهم في تحقيق اهداف الشركة وزيادة تنافسيتها في السوق واستخدام الأدوات الاقتصادية والنماذج لفهم تأثيرات التسعير على المبيعات والارباح

(20944106)، التسويق الاخضر، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق مفاهيم التسويق الأخضر واهميته في الحفاظ على البيئة والاستدامة ، والتوجه نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات ، من خلال تطبيق مبادئ التسويق لتعزيز وترويج الممارسات البيئة المستدامة والمنتجات الصديقة للبيئة وفهم الطلب على المنتجات الصديقة للبيئة والاتجاهات في التسوق البيئي وتعزيز الوعي بالقضايا البيئية ودور التسويق في تحفيز السلوكيات البيئية الإيجابية

(20543203)، وسائط التواصل الاجتماعي، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: اساسيات نظم المعلومات الادارية، نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطلبة بالمفاهيم الأساسية العامة المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي المشهورة مثل (فيسبوك، X، انستغرام) وتطبيقاتها العملية، بالإضافة إلى كيفية البدء باستعمالها وإدارتها مع الأخذ بعين الاعتبار المواضيع المختلفة مثل الخصوصية، الأمان، الجرائم الإلكترونية، الأخلاقيات، براءة الاختراع وحقوق المليكة الفكرية.
كما يهدف المساق إلى تسليط الضوء على بعض القضايا التي يمكن أن يكون لشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال فيها (التعليم الإلكتروني، التسويق الإلكتروني، إدارة العلاقات العامة، البحث عن عمل باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها).

(20532102)، تطبيقات الحاسوب في الاعمال ، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لايوجد، نوع التعلم: وجاهي.

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطلاب بكيفية عمل أنظمة التشغيل والبرمجيات الجاهزة وتطبيقها في اتخاذ القرارات وتنفيذ الأعمال الإدارية. ويركز على تطوير مهارات استخدام البرمجيات الجاهزة لتنفيذ المهام الإدارية بفعالية، وكذلك يركز على تنمية القدرة على استخدام الحاسوب في حل المشكلات الإدارية المختلفة. يتضمن المساق تعزيز الكفايات اللازمة لاستخدام البرمجيات الإدارية والتقنيات في جمع وتحليل البيانات وتطوير القدرة على استخدامها في كافة عمليات المنظمة بكفاءة وفعالية.

(20913206)، التسويق الالكتروني، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق التعريف بالتسويق الالكتروني وأدواته، ويركز على استخدام الوسائط الرقمية والتكنولوجيا الحديثة في تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق الالكتروني وتزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لاستخدام الأدوات والتقنيات الحديثة في عالم التسويق الالكتروني وبناء استراتيجيات تستهدف الجمهور المناسب وتحقيق الأهداف التسويقية وتحليل البيانات والتقارير لتحديد فعالية الحملات التسويقية وإدارة الإعلانات الالكترونية وتسويق المحتوى

(20913205)، ادرة العلاقات العامة ، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لايوجد، نوع التعلم: مدمج.

يتضمن هذا المساق مفهوم وتطور ادارة العلاقات العامة و إدارة الاتصال وبناء استراتيجيات العلاقات العامة لتعزيز العلاقات الإيجابية مع البيئة الخارجية، وقياس فعالية استراتيجيات العلاقات العامة وتحليل النتائج لتحسين الاداء .
كما يتضمن بتزويد الطلبة بوظائف وأهداف العلاقات العامة وبرامجها وعلاقتها بالعملية الإدارية واختصاصات ومستشارو العلاقات العامة ودورها في التنمية والرأي العام، بالإضافة الى عملية اتخاذ القرارات الخاصة بالعلاقات العامة وكيفية استخدامها وتطبيقها مع جماهير المنظمة وتنظيم أجهزة العلاقات العامة بالإضافة الى برامج العلاقات العامة وكيف هي في المنظمات الدولية.

(20503103)، أساليب البحث العلمي، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ الإحصاء والاحتمالات، نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المساق على دراسة أسس وقواعد الطريقة العلمية في البحث، ابتداء بالتعريف بمفهوم البحث العلمي، واستعراض مناهج البحث العلمي، وتتبع خطوات الطريقة العلمية في تحديد المشكلة وصياغة الفرضيات وكيفية بناء الإطار النظري واستعراض الدراسات السابقة. كما يبين كيفية تصميم البحث ووضع منهجية. فضلاً عن استعراض أدوات جمع المعلومات اللازمة لإجراء البحث واختيار العينة. كما يتضمن كيفية إجراء التحليل الإحصائي لهذه المعلومات، والتوصل إلى النتائج.

(20542205)، نظم المعلومات الإدارية المتقدمة، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: اساسيات نظم المعلومات الادارية، نوع التعلم: مدمج.

يهدف المساق إلى تزويد الطلاب بالمعلومات الأساسية للدور الرئيس لتكنولوجيا المعلومات والتخطيط الاستراتيجي في الحفاظ على القدرة التنافسية للأعمال واستكشاف الفرص والإمكانيات للمؤسسات من خلال استخدام تطبيقات وقدرات تكنولوجيا المعلومات مثل: الحوسبة السحابية، وتحليل البيانات، والتطبيقات لنظم سلسلة التوريد ونظم إدارة علاقات العملاء. والإبداع لزيادة الإنجاز والربحية لمؤسسات الأعمال. ويتضمن هذا المساق موضوعات تتعلق بأنظمة وبرمجيات نظم المعلومات الإدارية، ودور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات مثل الحوسبة السحابية، وتحليل البيانات الكبيرة والذكاء الاصطناعي ويتضمن أيضاً نظم سلسلة التوريد ونظم إدارة علاقات العملاء. كما يتضمن المساق موضوعات تتعلق بدور تكنولوجيا المعلومات في الاستجابة السريعة للبيئات الديناميكية، والإنجاز والربحية، وسلسلة قيمة المعلومات التجارية، والنماذج والاستراتيجيات المستخدمة في التجارة الإلكترونية، والبنية التحتية التكنولوجية وتأثيرها على أداء المؤسسات.

(20113108)، الريادة في الاعمال، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: مبادئ ادرة الاعمال نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المســاق الى تعريف الطلبة بمفهوم الريادة واهميتها في اقامة مشــاريع الأعمال مع التركيز على المشاريع الصغيرة، وتحديد اساسيات وخصـــائص الريادة ومتطلباتها وأنشطتها الأساسية. كذلك تحديد أهم خصائص ومهارات رواد الأعمال. ويتناول هذا المســـاق ايضا أسس إقامة المشاريع الريادية وأهم التحديات التي تحد من نجاح هذا النوع من المشاريع. ويركز المساق على اكساب الطلاب المهارات الضرورية في تحويل الأفكار الريادية الى مشاريع على أرض الواقع، وبناء قدرات الطلاب في إعداد خطط الأعمال، والخطط المالية والتسويقية والتشغيلية للمشاريع الريادية. ويقدم المســاق شــرحا تفصــيليا للمشــاريع الصــغيرة، وتقنيات عملها ودورها في تشــكيل منصــة تنموية للمشــروعات المتوسطة والكبيرة الحجم، ودورها في دعم الاقتصاد على المستوى العام.

(20552104)، اخلاقيات الحاسوب، (الساعات المعتمدة 3، ن: 3، ع: 0)، المتطلب السابق: لا يوجد، نوع التعلم: مدمج.

يهدف هذا المساق إلى تعزيز الفهم الشامل لمواضيع أخلاقية تعنى بالاستخدام الأمثل للحاسوب وبرمجياته المختلفة. كما يهدف إلى تطوير الوعي والمهارات المتعلقة بأسس اتخاذ القرار الأخلاقي عبر أساليب تحليلية. يتطرق المساق إلى مواضيع تشمل على سبيل المثال للحصر خصوصية المعلومات وأمنها والملكية الفكرية والاحتيال والاستخدام الشرعي للحاسوب. يقدم هذا المساق نظريات أخلاقية ويستخدمها في دراسة قضايا أخلاقية متنوعة تخص تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال، مما يتيح للطالب اكتساب المهارات الفكرية اللازمة لحل المشكلات الأخلاقية والتصدي لكل ما يتعارض مع البناء الأخلاقي للمجتمع.