

12. برنامج الماجستير في إدارة التسويق التطبيقي

Master of Applied Marketing Management/ (MSc. AMM)

نبذة عن البرنامج

برنامج ينسجم والتوجه العالمي والإقليمي والمحلي نحو التطبيق والرقمنة والحوسبة في عمل المنظمات بوجه عام والمنظمات التسويقية بوجه خاص، وتحديدًا ما بعد حقبة كورونا" كما جاء هذا البرنامج تماشيًا مع خطط التنمية بالعناقيد، والاستراتيجيات القطاعية وعبر القطاعية 2021- 2023 وأجندة السياسات الوطنية الفلسطينية المحدثة 2021-2023، والتي أقرها مجلس الوزراء وركزت على التزام دولة فلسطين بمتطلبات أهداف التنمية المستدامة الدولية SDGS 2030، ناهيك ان البرنامج يحاكي وبامتياز الاحتياجات الفعلية لقطاع الاعمال الفلسطيني بمكونه الانتاجي والخدماتي وقطاع ال NGOs كذلك.

أهداف البرنامج

1. تلبية الطلب المتزايد من قبل خريجين طلاب التسويق والإدارة والتخصصات الأخرى للحصول على درجة الماجستير في إدارة التسويق التطبيقي تماشيا مع متطلبات الثورة التكنولوجية في مجال التسويق الإلكتروني وخاصة ما بعد حقبة كورونا.
2. منح شهادات أكاديمية عليا بمحتوى تطبيقي رصين.
3. خلق مسارات مهنية مرنة ومواكبة للتغيرات المتسارعة.
4. توفير وإيجاد مستقبل مهني واعد يحاكي متطلبات العصرنة.
5. توفير الموارد البشرية الكفوة في مجال التسويق والتسويق التطبيقي والرقمي.
6. نقل وتوطين الخبرات التسويقية المتكاملة إلى السوق الفلسطيني والإقليمي والعالمي.
7. تعزيز فرص إمكانية العمل عن بعد، من خلال الشبكة العنكبوتية ونظم المعلومات التسويقية والتطبيقات المتقدمة الأخرى.
8. سرعة الحصول على المعلومات الخاصة بالمنافسين في الأسواق المحلية والإقليمية والعالمية.
9. إنشاء العلامات التجارية والحفاظ على استمراريتها وتكريسها في أذهان المستهلك العالمي.

- 10 إدارة شهرة العلامة التجارية الرقمية وتعزيز انتشارها.
- 11 التسويق من خلال القنوات الرقمية مثل وسائل الإعلام الاجتماعية وغيرها من القنوات الأخرى.
- 12 الدقة في تكوين المعلومات عن السوق الفلسطيني والأسواق المستهدفة الأخرى.
- 13 تحسين الخدمات التسويقية في السوق الفلسطيني والأسواق المستهدفة.
- 14 تعزيز القدرات في وضع الاستراتيجيات والخطط التسويقية ذات العلاقة بالمزيج التسويقي التطبيقي المتكامل.

مجالات عمل الخريج:

1. العمل في السياق الأكاديمي والتدريبي Academic and Training Positions
2. مدير تسويق Marketing Manger
3. مدير تسويق رقمي Digital Marketing Manger
4. مدير مبيعات Sales Manger
5. مشرف مبيعات Sales Supervisor
6. مدير إدارة علاقات الزبائن CRM Manger
7. مدير تسويقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي Social Media Marketing Manger
8. أخصائي تسويق عبر الموبايل Mobile Marketing Specialist
9. أخصائي تحسين محركات البحث SEO Specialist
10. موظف التسويق بالمحتوى Content Marketing Specialist
11. إدارة علاقات الزبائن إلكترونياً E-customers Relationship Management
12. إدارة محتوى الإنترنت والشبكات الاجتماعية Social media & Internet Content Specialists
13. تحليل مواقع الانترنت تسويقياً Web. Analyst
14. إدارة الحملات الإعلانية الإلكترونية E-Advertising Managers
15. إدارة الترويج الإلكتروني E-promotion Managers
16. إدارة العلاقات العامة Public Relations Managers
17. مدير دراسات السوق /الأبحاث التسويقية Market Research Managers

18. مدير تصميم وإدارة العلامة التجارية Brand Name Design Managers

19. لعمل الحر وإنشاء المشاريع الريادية Marketing Entrepreneurs

شروط القبول

1. يشترط في الطالب المتقدم للالتحاق بالدراسات العليا في الكلية أن يكون حاصلاً على درجة البكالوريوس بتقدير (جيد (على الأقل من جامعة القدس المفتوحة أو ما يعادلها من جامعة أخرى، أو كلية، أو معهد علمي معترف بها في موضوع يؤهله لدراسة البرنامج المطلوب.
2. يُفاضل بين الطلبة المتقدمين في البرنامج تنافسياً وفق معدلاتهم التراكمية في درجة البكالوريوس، إضافة إلى نتائج المقابلة الشخصية، أو امتحان القبول إذا كان من متطلبات البرنامج لقبول الطلبة.
3. يجوز للجنة البرنامج أن تضع بموافقة من المجلس شروطاً خاصة للالتحاق ببرنامج الماجستير على أن لا تتعارض هذه الشروط مع الإطار العام لبرنامج الدراسات العليا، وفي هذه الحالة يجب إدراجها في الخطة الدراسية للبرنامج.
4. يجوز قبول حملة الدبلوم العالي الحاصلين على تقدير لا يقل عن جيد جداً في البرنامج المطلوب، وتسري عليهم التعليمات الخاصة باحتساب الساعات المعتمدة في البرنامج.
5. لا يجوز تسجيل الطالب في برنامجين دراسيين في آن واحد، وفي أي مرحلة من مراحل دراسته.

الخطة الدراسية مفصلة

الرقم	المتطلب	ساعة معتمدة
1	مسابقات إجبارية	21
2	مسابقات اختيارية	9
3	الرسالة	6
	المجموع	36

المساقات الإجبارية:

يدرس الطالب (21) ساعة معتمدة إضافة الى (6) ساعات معتمدة للرسالة مبينة في الجدول الآتي:

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
6746	مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية	2	1	3	-
6747	إدارة التسويق المتقدم	3	-	3	-
6748	استراتيجيات التسويق التطبيقي	3	-	3	-
6749	التكنولوجيا والتسويق الرقمي	1	2	3	-
6750	تطبيقات متقدمة لتكنولوجيا الإنترنت في التسويق الرقمي	1	2	3	6749
6751	إدارة المبيعات: مدخل تطبيقي معاصر	2	1	3	-
6752	التسويق الافتراضي	1	2	3	6748
6769	رسالة (1)	-	3	3	6746
6770	رسالة (2)	-	3	3	6769
	المجموع	13	14	27	

المساقات الاختيارية:

يدرس الطالب (9) ساعات معتمدة من بين المساقات الآتية:

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
6753	التطبيقات التسويقية للأجهزة الذكية	1	2	3	-
6754	الإدارة الإلكترونية للعلاقة مع الزبائن	2	1	3	-
6755	تحليلات التسويق في العصر الرقمي	1	2	3	6749
6756	بحوث العمليات التسويقية	2	1	3	6746
6757	استراتيجيات العمل الحر عبر الانترنت	1	2	3	6749
6758	التسويق الدولي المعاصر: مدخل متكامل	3	-	3	-

المتطلب السابق	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	عنوان المقرر	رقم المقرر
	عملي	نظري			
-	-	3	3	إدارة سلوك المستهلك: مدخل متقدم	6759
-	-	3	3	السلوك التنظيمي في العمل	6760
-	-	3	3	تسويق الخدمات: مدخل نظري تطبيقي	6761
6749	1	2	3	سياسات التسعير الرقمية	6762
-	-	3	3	إدارة التفاوض التسويقي وحل نزاعات التسويق الإلكتروني	6763
6746	2	1	3	تطبيقات إحصائية محوسبة	6764
-		3	3	نظرية المنظمة: مدخل متقدم	6765