

5. تخصص التسويق الرقمي

الاهداف العامة والخاصة لتخصص التسويق الرقمي الى تحقيق الآتي:

1. فهم واستيعاب المفاهيم الاساسية في مجال التسويق والتسويق الرقمي.
2. فهم السلوك الاستهلاكي ومحدداته والتفكير الاستراتيجي التسويقي.
3. التعرف الى الاتجاهات الفكرية المعاصرة والاساليب المستخدمة في التسويق الرقمي.
4. اكتساب القدرة على تحليل ظواهر ومشكلات التسويق بوجه عام ، والتسويق الرقمي بوجه خاص.
5. اكتساب القدرة على التحليل والابداع في حل المشكلات التسويقية بالوسائل التكنولوجية الحديثة.
6. توظيف المعارف النظرية والاستراتيجيات التسويقية المختلفة وتطبيقها على ارض الواقع.
7. توظيف ما تعلمه الطالب بسلاسة وطرق سليمة تؤهله الحصول على مراكز وظيفية متقدمة تحقق له النجاح في وظيفته المستقبلية في ظل تسارع ونمو الاقتصاد الرقمي بشكل مضطرد.
8. اكتساب مهارات التسويق الرقمي بوسائله وأدواته المختلفة مما يمكن الطالب من النجاح في وظيفته المستقبلية.
9. اكتساب القدرة على التخطيط واعداد الخطط التسويقية بمكوناتها كافة.
10. القدرة على استخدام البرمجيات المتعددة في مجالات التسويق.
11. تعزيز القدرة على إجراء البحوث التسويقية الرقمية وبناء نظم المعلومات التسويقية من خلال استخدام الحاسوب والبرمجيات ذات العلاقة.
12. القدرة على استخدام الاساليب الكمية في التنبؤات ذات العلاقة بالسوق.
13. تعزيز القدرة على التعامل مع البيانات التسويقية الرقمية وأدوات استخلاصها لوضع الخطط التسويقية.
14. اكتساب مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال ولتواصل بهدف التسويق .

15. الالتزام بالقيم الاخلاقية المهنية في عمليات التسويق الرقمي، بعيداً عن وسائل الخداع والتضليل التسويقي.

16. تبني الاتجاهات والسلوكيات الاخلاقية التي تحافظ على البيئة الممتثلة في تعزيز التسويق الاخضر.

أولاً: مخرجات التعلم المقصودة:

يتوقع من الطالب/ة بعد إنتهائه/ا من متطلبات برنامج (التسويق الرقمي) تحقيق مخرجات التعلم المقصودة في المجالات التالية:

المعرفة والفهم:

ويتحقق هذا المستوى من خلال المعرفة والفهم والإستيعاب لما يلي:

1. المصطلحات التسويقية الأساسية والتعريفات المختلفة في مجال التسويق.
2. السلوك الإستهلاكي ومحدداته والتفكير الإستراتيجي.
3. الإتجاهات الفكرية المعاصرة والاساليب المستخدمة في التسويق الرقمي.

المهارات الذهنية (الإدراكية):

ويتحقق هذا المستوى من خلال الآتي:

1. إدراك المفاهيم والمعايير التسويقية.
2. تحليل ظواهر ومشكلات التسويق بوجه عام.
3. التحليل والابداع في حل المشكلات التسويقية بالوسائل التكنولوجية الحديثة.

المهارات العملية أو المهنية:

ويتحقق هذا المستوى من خلال الآتي:

1. توظيف المعارف النظرية والاستراتيجيات التسويقية واستراتيجيات التوزيع والترويج والاتصال التسويقي وتطبيقها على ارض الواقع .
2. توظيف ما تعلمه بسلاسة وطرق سليمة تؤهله للحصول على مراكز وظيفية متقدمة تحقق له النجاح في وظيفته المستقبلية في ظل تسارع نمو الاقتصاد الرقمي بشكل مضطرد.

3. إكتساب وتوصيف مهارات التسويق الرقمي بوسائله وأدواته مما يمكنه من النجاح في وظيفته المستقبلية

المهارات المنقولة / العامة: ومن أهمها القدرة على:

1. التخطيط وإعداد الخطط التسويقية بمكوناتها كافة.
2. استخدام البرمجيات المتعددة في مجالات التسويق والبيع الشخصي .
3. البحوث التسويقية وبناء نظم المعلومات التسويقية من خلال إستخدام الحاسوب والبرمجيات ذات العلاقة.
4. إستخدام الأساليب الكمية في التنبؤ في مكان العمل .
5. التعامل مع البيانات التسويقية الرقمية وادوات استخلاصها لوضع الخطط التسويقية.

مهارات الاتصال وتقنية المعلومات: ومن أهمها:

1. الاتصال الكتابي باللغة العربية والانجليزية ، وفن المخاطبة والتعامل مع تقنية المعلومات والبريد الالكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.
2. مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات في عمليات الإتصال والتواصل بهدف التسويق.

الاتجاهات والقيم والبعد الأخلاقي ومن أهمها:

1. الإلتزام بالقيم الأخلاقية المهنية في عمليات التسويق ، بعيداً عن وسائل الخداع والتضليل التسويقي .
2. تبني الإتجاهات والسلوكيات الأخلاقية التي تحافظ على البيئة المتمثلة في تعزيز التسويق الأخضر.

ثانياً: فرص العمل:

إعداد الطالب/ة إعداداً مناسباً يمكنهم من البدء بمشاريعهم الخاصة أو العمل في القطاعات العامة والخاصة والاهلية ومن أهمها:

1. المؤسسات والشركات الاهلية.
2. المؤسسات التعليمية والتدريبية.
3. الأسواق المالية وشركات التأمين.
4. المؤسسات التسويقية بوجه عام والتسويق الرقمي بوجه خاص.
5. مؤسسات قطاع الخدمات الأخرى.

ثالثاً: متطلبات تخصص التسويق الرقمي/المنفرد:

للحصول على درجة البكالوريوس في تخصص التسويق الرقمي/المنفرد، على الطالب ان يتم بنجاح (129) ساعة معتمدة موزعة كما يأتي:

المجموع	الحرّة	اختياري	اجباري	مجموعة المساقات
27	-	3	24	متطلبات الجامعة
15	-	-	15	متطلبات الكلية
81	-	12	69	متطلبات التخصص
6	6	-	-	مقررات حرة
129	المجموع			

1. المقررات التخصصية / التخصص المنفرد:

تتكون هذه المقررات من (81) ساعة معتمدة موزعة كما يأتي:

1.1. مقررات تخصصية إجبارية: وتتكوّن من (69) ساعة معتمدة مبيّنة في الجدول الآتي:

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات المعتمدة	الساعات الأسبوعية		المتطلب السابق
			نظري	عملي	
0103	مبادئ الاحصاء	3	3	-	-
1150	مهارات التواصل في تكنولوجيا المعلومات	3	2	1	0102
1204	الاحصاء التطبيقي	3	2	1	0103
4102	أساسيات الاعمال (باللغة الانجليزية)	3	3	-	4101
4122	مبادئ الاقتصاد (2)	3	3	-	4121
4132	مبادئ المحاسبة (2)	3	3	-	4131
4233	تخطيط وتطوير المنتجات	3	3	=	4464
4238	التسويق السياحي والفندقي	3	3	=	4464
4260	تسويق الخدمات	3	3	-	4161
4263	الاتصالات التسويقية	3	3	=	4464
4265	تطبيقات حاسوبية في التسويق	3	1	2	0102، 4161
4267	سياسات التسعير	3	3	=	4464
4270	قوانين التجارة الالكترونية	3	3	-	-

المتطلب السابق	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	عنوان المقرر	رقم المقرر
	عملي	نظري			
				والانترنت	
4101	-	3	3	إدارة الجودة الشاملة	4308
4132	-	3	3	الادارة المالية	4341
4161	2	1	3	أساسيات تصميم المواقع الالكترونية التجارية	4354
4161	1	2	3	التسويق الالكتروني عبر الانترنت	4356
4161	1	2	3	التسويق الدولي الالكتروني	4357
4161	1	2	3	التسويق السياحي والفندقي الرقمي	4358
4161	-	3	3	تسويق الخدمات المالية	4361
4161	=	3	3	التسويق الدولي	4363
4265	4	2	3	أنظمة المعلومات التسويقية	4367
4161	-	3	3	الاتصالات التسويقية الالكترونية المتكاملة	4368
=	=	3	3	القانون التجاري	4371
4161	1	2	3	الوسائل الالكترونية الحديثة في قنوات التوزيع	4400
4161	1	2	3	استراتيجيات التسويق الالكتروني	4403
4161	-	3	3	الانترنت وسلوك المستهلك	4404
4161	-	3	3	إدارة المبيعات	4461
4161	=	3	3	قنوات التوزيع	4462
4161	=	3	3	استراتيجيات التسويق	4463
4161	=	3	3	سلوك المستهلك	4464
4161	-	3	3	بحوث التسويق	4465
5303 ، إنهاء المستوى الثالث	2	1	3	مشروع التخرج	4499
	6	63	69	المجموع	

2.1. مقررات تخصصية اختيارية: وتتكون من (12) ساعة معتمدة يختارها الطالب من المقررات الآتية:

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات المعتمدة	الساعات الأسبوعية		المتطلب السابق
			نظري	عملي	
4171	مبادئ القانون وحقوق الانسان	3	3	-	-
4200	الثقافة الإقتصادية	3	3	=	=
4201	إدارة الموارد البشرية	3	3	-	4101
4215	الاعمال الالكترونية	3	2	1	4101 ، 0102
4231	التسويق الأخضر	3	3	-	4161
4232	النزاهة والشفافية والمساءلة لمكافحة الفساد	3	3	=	=
4233	تخطيط وتطوير المنتجات	3	3	-	4161
4234	التسويق العقاري	3	3	-	4161
4237	الرياضيات في الادارة	3	3	-	-
4267	سياسات التسعير	3	3	-	4161
4268	حوكمة الشركات	3	3	=	4432
4302	الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة	3	3	-	4101
4311	اقتصاديات الموارد والبيئة	3	3	-	4122
4313	تسويق الخدمات الصحية	3	3	=	4464
4314	تدريبات عملية في المؤسسات (100 ساعة تدريب)	3	-	3	إنهاء المستوى الثاني
4315	التسويق عبر الانترنت	3	3	=	4464
4316	الارشاد السياحي	3	3	-	4161
4343	ادارة التأمين	3	3	-	4101
4359	تكنولوجيا الإعلان الرقمي	3	2	1	4161

المتطلب السابق	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	عنوان المقرر	رقم المقرر
	عملي	نظري			
4101	-	3	3	إدارة سلسلة التوريد الإلكترونية	4405
4122	-	3	3	الاقتصاد الفلسطيني	4421
4101	-	3	3	الرقابة الإدارية في المؤسسات الصحية	4429
إنهاء المستوى الثالث	1	2	3	تحليل وتقييم المشاريع	4441
4132	-	3	3	اسس الاستثمار	4444
4101 .0102	1	2	3	إدارة المشاريع	4451
4104	—	3	3	إدارة الشراء والتخزين	4454
4341	-	3	3	الإدارة المالية المتقدمة	4468

2. المقررات الحرة:

يستطيع الطالب اختيار (6) ساعات معتمدة من داخل كليته (من بين متطلبات التخصص الاختيارية) أو من أي تخصص آخر من تخصصات الجامعة / خارج الخطة الدراسية لتخصصه ، كمقررات حرة على أن لا يكون مضمون المادة التعليمية مكرراً في مقررات أخرى كما و/أو كيفاً وأن لا تكون ممنوعة من التخصص.