

12. برنامج الماجستير في إدارة التسويق التطبيقي

Master of Applied Marketing Management/ (MSc. AMM)

1. 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 تماشياً مع خطط التنمية بالعناقد، 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 2030 SDGS، ناهيك ان البرنامج يحاكي وبامتياز الاحتياجات الفعلية لقطاع الاعمال الفلسطيني بمكونه الانتاجي والخدماتي وقطاع ال NGOs كذلك.

2: أهداف البرنامج

1. تلبية الطلب المتزايد من قبل خريجين طلاب التسويق والإدارة والتخصصات الأخرى للحصول على درجة الماجستير في إدارة التسويق التطبيقي تماشياً 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 الكفؤة 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 استمراريته 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.

3. 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

4. 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.

5. الخطة الدراسية مفصلة

الرقم	المتطلب	ساعة معتمدة
	مساقات اجبارية + الرسالة	27(21+6)
	مساقات اختيارية	9
	المجموع	36

المساقات الإلزامية (21 ساعة معتمدة + 6 ساعات رسالة)

رقم المساق	اسم المساق	ساعة معتمدة	نظري	عملي	المتطلب السابق
1	6746	3	2	1	-
2	6747	3	3	-	-
3	6748	3	3	-	-
4	6749	3	1	2	-
5	6750	3	1	2	6749

المتطلب السابق	عملي	نظري	ساعة معتمدة	اسم المساق	رقم المساق	
				الإنترنت في التسويق الرقمي		
-	1	2	3	إدارة المبيعات : مدخل تطبيقي معاصر	6751	6
6748	2	1	3	التسويق الافتراضي	6752	7
6746	3	-	3	رسالة(1)	6769	8
6769	3	-	3	رسالة(2)	6770	9
	14	13	27	المجموع		

المساقات الاختيارية (9 ساعات معتمدة) يختارها الطالب من بين المساقات الآتية:

المتطلب السابق	عملي	نظري	ساعة معتمدة	اسم المساق	رقم المساق	
-	2	1	3	التطبيقات التسويقية للأجهزة الذكية	6753	1
-	1	2	3	الإدارة الإلكترونية للعلاقة مع الزبائن	6754	2
6749	2	1	3	تحليلات التسويق في العصر الرقمي	6755	3
6746	1	2	3	بحوث العمليات التسويقية	6756	4
6749	2	1	3	استراتيجيات العمل الحر عبر الانترنت	6757	5
-	-	3	3	التسويق الدولي المعاصر : مدخل	6758	6

المتطلب السابق	عملي	نظري	ساعة معتمدة	اسم المساق	رقم المساق	
				متكامل		
-	-	3	3	إدارة سلوك المستهلك: مدخل متقدم	6759	7
-	-	3	3	السلوك التنظيمي في العمل	6760	8
-	-	3	3	تسويق الخدمات : مدخل نظري تطبيقي	6761	9
6749	1	2	3	سياسات التسعير الرقمية	6762	10
-	-	3	3	إدارة التفاوض التسويقي وحل نزاعات التسويق الإلكتروني	6763	11
6746	2	1	3	تطبيقات إحصائية محوسبة	6764	12
-		3	3	نظرية المنظمة : مدخل متقدم	6765	13