

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 المتمثلة 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 الاخرى.

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:

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

1. المقررات التخصصية / التخصص المنفرد:

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

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

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
0103	مبادئ الاحصاء	3	-	3	-
1150	مهارات التواصل في تكنولوجيا المعلومات	3	1	3	0102
1204	الاحصاء التطبيقي	3	1	3	0103
4102	Busining Essentials	3	-	3	4101
4122	مبادئ الاقتصاد (2)	3	-	3	4121
4132	مبادئ المحاسبة (2)	3	-	3	4131
4260	تسويق الخدمات	3	-	3	4161
4265	تطبيقات حاسوبية في التسويق	3	2	3	0102
4270	قوانين التجارة الالكترونية والإنترنت	3	-	3	-
4308	إدارة الجودة الشاملة	3	-	3	4101
4341	الادارة المالية	3	-	3	4132
4354	أساسيات تصميم المواقع الالكترونية التجارية	3	2	3	4161

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات المعتمدة	الساعات الأسبوعية		المتطلب السابق
			نظري	عملي	
4356	التسويق الالكتروني عبر الإنترنت	3	2	1	4161
4357	التسويق الدولي الالكتروني	3	2	1	4161
4358	التسويق السياحي والفندقي الرقمي	3	2	1	4161
4361	تسويق الخدمات المالية	3	3	-	4161
4368	الاتصالات التسويقية الالكترونية المتكاملة	3	3	-	4161
4400	الوسائل الالكترونية الحديثة في قنوات التوزيع	3	2	1	4161
4403	استراتيجيات التسويق الالكتروني	3	2	1	4161
4404	الإنترنت وسلوك المستهلك	3	3	-	4161
4461	إدارة المبيعات	3	3	-	4161
4465	بحوث التسويق	3	3	-	4161
4499	مشروع التخرج	3	1	2	5303
	المجموع	69	56	13	-

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	-	-
4201	إدارة الموارد البشرية	3	3	-	4101
4215	الاعمال الالكترونية	3	2	1	0102
4231	التسويق الاخضر	3	3	-	4161
4233	تخطيط وتطوير المنتجات	3	3	-	4161

المتطلب السابق	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	عنوان المقرر	رقم المقرر
	عملي	نظري			
4161	-	3	3	التسويق العقاري	4234
-	-	3	3	الرياضيات في الإدارة	4237
4161	-	3	3	سياسات التسعير	4267
4101	-	3	3	الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة	4302
4122	-	3	3	اقتصاديات الموارد والبيئة	4311
-	3	-	3	تدريبات عملية في المؤسسات	4314
4161	-	3	3	الإرشاد السياحي	4316
4101	-	3	3	إدارة التأمين	4343
4161	1	2	3	تكنولوجيا الإعلان الرقمي	4359
4101	-	3	3	إدارة سلسلة التوريد الإلكترونية	4405
4122	-	3	3	الاقتصاد الفلسطيني	4421
4101	-	3	3	الرقابة الإدارية في المؤسسات الصحية	4429
-	-	3	3	تحليل وتقييم المشاريع	4441
4132	-	3	3	اسس الاستثمار	4444
0102	1	2	3	إدارة المشاريع	4451
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.