

متطلبات الكلية الإلجارية (21) ساعة معتمدة

مبادئ الإحصاء للأعمال (0161704)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بالأساليب الإحصائية المختلفة، مثل الإحصاء الوصفي والاستدلالي، العينات وطرق اختيارها، مقاييس النزعة المركزية (الوسط الحسابي، المنوال، الوسيط) مقاييس التشتت (المدى، الانحراف، التشتت النسبي) الاحتمالات وتطبيقاتها، التقدير الإحصائي، اختبار الفرضيات الإحصائية، وتحليل الارتباط والانحدار والتباين.

مبادئ المحاسبة (1) (0311101)

تهدف هذه المادة إلى التعريف بالمحاسبة وأهميتها كنظام معلومات في إعداد نظام محاسبي متطور. تركز هذه المادة على المنشآت التجارية والخدمية. وتتناول طبيعة المحاسبة وعلاقتها بالعلوم الأخرى ومسك الدفاتر – المعلومات المحاسبية وأهميتها في الاقتصاديات المعاصرة – القوائم المالية وأنواعها وأهدافها ومحتوياتها – المعادلة المحاسبية واثار العمليات المالية عليها – الدورة المحاسبية للعمليات المالية الرئيسية للمشروع بدون تسويات وتتضمن عمليات التسجيل والترحيل وإعداد ميزان المراجعة وإعداد القوائم المالية في المنشآت المالية والمنشآت الخدمية. معالجة عمليات التسوية الجردية وعمليات المخزون باستخدام نظام الجرد الدوري ونظام الجرد المستمر.

مبادئ الإدارة (0321101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية في علم الإدارة ، والنظريات الإدارية الحديثة وممارساتها، والمساهمات الرئيسة للفكر الإداري. ويركز المساق على الوظائف الإدارية كالتخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة. بالإضافة إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الإدارية الحديثة كالعولمة، وإدارة المشاريع والإدارة بالأهداف، وإدارة الجودة الشاملة، والقيادة والريادة.

منهجية البحث للأعمال (0322301)

المتطلب السابق: مبادئ الإحصاء للأعمال (0161704)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بالبحث العلمي وأهميته ودوره في منظمات الأعمال. و يغطي المساق الخطوات التفصيلية المختلفة لعملية البحث العلمي وأبرز الأساليب الممكن استخدامها لتنفيذ بحث علمي متكامل، كما يغطي المساق الأدوات والبرامج الإحصائية الممكن استخدامها لتحليل النتائج و اختبار الفرضيات. و يستعرض المساق نماذج من الأبحاث العلمية المنشورة في مجالات عالمية محكمة في حقل العلوم الإدارية. وعلى الطالب تنفيذ بحث علمي ومناقشته في نهاية الفصل.

مبادئ التسويق (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بالمفهوم التسويقي الحديث ونشأته وتطوره، تحليل البيئة التسويقية الداخلية والخارجية للمنظمة، واستخدام نظام المعلومات التسويقي في إجراء بحوث التسويق، وتجزئة أسواق المستهلك والأعمال لتحديد الأسواق المستهدفة. كما يتناول عناصر المزيج التسويقي الأربعة وهي المنتج، التسعير، التوزيع والترويج وتطبيقاتها في بيئة الأعمال.

الإدارة المالية (0371101)

المتطلب السابق: مبادئ المحاسبة (1) (0311101)

تهدف هذه المادة إلى بيان دور وأهمية الإدارة المالية في منشآت الأعمال، وتحديد الوظائف التي يقوم بها المدير المالي، وبيان الأهداف القصيرة والطويلة التي تسعى إليها الإدارة المالية في منشآت الأعمال، والهيكل التنظيمي الحديث للإدارة المالية، وعلاقة منشآت الأعمال مع المتعاملين معها جنباً إلى جنب مع المساهمين، ودور الأخلاق في حياة الشركة، كما أنها تتطرق إلى موضوع القيمة الزمنية للنقود وتطبيقاتها العملية لما له من أثر وأهمية في العديد من القرارات المالية والاستثمارية، وكفاءة وفاعلية منشآت الأعمال في مجال الإدارة الكفؤة لرأس المال العامل، والأساليب المختلفة في مجال إدارة النقدية، والإدارة المالية الناجحة في مجال إدارة كل من المخزون والذمم المدينة، ودراسة مصادر التمويل المختلفة بأنواعه القصير وطويل الأجل.

الاقتصاد الجزئي (0371201)

تهدف هذه المادة إلى التعرف على المفاهيم الاقتصادية المختلفة، وتحليل للمشكلة الاقتصادية المتمثلة بندرة الموارد الاقتصادية وكثرة الحاجات، ووسائل إيجاد الحلول والمعالجات لها ضمن الانظمة الاقتصادية المختلفة، كما أنها تتناول موضوع المرونة وأهمية معرفة مرونة الطلب السعرية وتأثيرها على الإيراد الكلي ونقل العبء الضريبي، وتتناول هذه المادة أيضاً دراسة لإقتصاد السوق (الطلب والعرض) وتحديد السعر في السوق الحر وتدخل الحكومة عندما يلزم ذلك، ودراسة سلوك المستهلك وتوازنه وصولاً إلى الانتاج والتكاليف، والتطرق إلى أهم أشكال السوق.

متطلبات التخصص الإجبارية (60) ساعة معتمدة

مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بمفهوم التسويق الإلكتروني ، وأهميته ، وتطبيقات التسويق الإلكتروني محلياً وعالمياً ، وفوائد ومميزات التسويق الإلكتروني ، وتخطيط التسويق الإلكتروني ، بالإضافة إلى تجزئة السوق وتحليله باستخدام الأدوات الإلكترونية ، والمزيج التسويقي المتكامل ، و مكونات مزيج الترويج الإلكتروني ، بالإضافة إلى ذلك ، تزود هذه الدورة الطلاب بالمصطلحات والمفاهيم الأساسية بما في ذلك كيفية التعامل مع قطاعات السوق إلكترونياً ، والأدوات الحديثة لإدارة عملاء الشركة إلكترونياً وكيفية الاستفادة من قاعدة بيانات الشركة.

سلوك المستهلك عبر الإنترنت (0342102)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

تهدف هذه الدورة إلى توضيح مفهوم سلوك المستهلك عبر الإنترنت ، وعملية قرارات الشراء الإلكتروني للسلع والخدمات ، وفهم وتحليل التغيرات والتنبؤ بسلوك المستهلك ، وعملية التعلم بين المستهلكين ، وغيرها من الأساليب ذات الصلة مثل الاحتياجات والدوافع. ، والتصورات ، والمواقف ، والتأثيرات الثقافية ، والطبقات الاجتماعية ، والمجموعات المرجعية. بالإضافة إلى ذلك ، يسلط هذا المقرر الضوء على عملية قرار الشراء للمستهلكين النهائيين أو المستهلكين الصناعيين. تشمل الموضوعات الإضافية تطوير المنتجات الجديدة لتلبية التغيرات في سلوك المستهلك وإرضائها.

وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر الهاتف المحمول (0342103)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الخدمات ، والاختلافات الجوهرية بين الخدمات والسلع الاستهلاكية ، وتصنيف الخدمات حسب الخصائص العامة للخدمة ، وعناصر مزيج تسويق الخدمة ، وتحليل سلوك العملاء في المنظمات الخدمية ، وكذلك كما يوضح أهمية قطاع الخدمات في تقدم الاقتصاد ودوره في تكوين الحصة الأكبر من الناتج المحلي الإجمالي لمعظم الدول.

التسويق المالي الرقمي (0362301)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بمفاهيم تسويق الخدمات المالية ، وأهميتها ، ومزيج الخدمات المالية التسويقية ، وطبيعة القطاع المالي ، ومعلومات عن الأسواق المالية الأردنية ، وكيفية استخدام المعلومات المالية للتخطيط التسويقي لمنظمات الأعمال ، بالإضافة إلى مناقشة مع الطلاب الحالات الحديثة والقضايا المعاصرة المختلفة في تسويق الخدمات المالية.

نظم المعلومات التسويق (0363201)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية نظام المعلومات التسويقي في اتخاذ القرارات الاستراتيجية على مستوى المنظمة، من خلال السجلات الداخلية، والاستخبارات التسويقية، وبحوث التسويق. فضلاً عن توظيف بعض النماذج المؤتمتة مثل نظام دعم القرارات. حيث يركز المساق على أهمية تزويد متخذي القرار بمعلومات محدثة عن المنافسين واتجاهات السوق والمتغيرات البيئية المختلفة.

استراتيجيات التسويق الرقمي (0363202)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

يزود هذا المساق الطلاب بمفاهيم استراتيجيات التسويق الرقمي ، واستراتيجيات التسويق التقليدية التي تستخدمها الشركات المحلية والعالمية ، بالإضافة إلى التركيز على كيفية تطوير وتنفيذ استراتيجية تسويق رقمي تتماشى مع رؤية المنظمة ورسالتها وأهدافها للمنتجات من خلال اكتشاف أحدث أدوات التحليل الاستراتيجي.

اتصالات التسويق الرقمي (0363203)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

يغطي هذا المساق مفهوم الاتصالات التسويقية الرقمية ، وتطبيقات تقنيات الاتصال ، بالإضافة إلى التركيز على مجموعة من التقنيات التقليدية والرقمية. تزود هذه الدورة الطلاب أيضًا بالأدوات التي يجب تناولها عند إنشاء اتصالات التسويق الرقمي.

تصميم المواقع (0363401)

المتطلب السابق: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول (0363201)

تهدف هذه الدورة إلى تزويد الطلاب بمفهوم بناء تصميم الويب والإعلان ، والمعلومات الأساسية المتعلقة بتصميم الويب ، مع التركيز على كيفية إنشاء موقع ويب يعبر عن مبادئ تصميم الويب. بالإضافة إلى التركيز على تصميم الويب ومبادئ الإعلان الخاصة بمجال التسويق الإلكتروني.

التسويق باستخدام محركات البحث (0363402)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

يزود هذا المساق الطلاب بمفاهيم تحسين محركات البحث (SEO) ، وأدوات الإعلان الخاصة به ، والطريقة التي يدمج بها عملية تخطيط السوق مع الاتصالات التسويقية ، بالإضافة إلى التركيز على كيفية عمل محركات البحث ، وعملية البحث ، والأدوات. لتحسين ترتيب موقع الويب على محركات البحث ، وكيفية تطوير حملة إعلانية عبر محركات البحث.

مقدمة في التصميم الجرافيكي (0363403)

المتطلب السابق: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول (0363201)

يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بالمبادئ الأساسية للتصميم الجرافيكي ، وعملية العمل المختلفة ، والتركيز على مهارات اللغة المرئية ، بالإضافة إلى التصميم الجرافيكي التقليدي والحديث. تحدد هذه الدورة أيضًا الآثار المترتبة على التصميم الجرافيكي عبر التنسيق الرقمي. كما تتيح هذه الدورة للطلاب التدرب على مشروع تسويق رقمي باستخدام اتجاهات الإنترنت والشبكات الاجتماعية.

قنوات توزيع التكنولوجيا (0364201)

المتطلب السابق: ادارة التسويق (0342201)

يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بمفاهيم قنوات التوزيع التسويقي ومكوناته ووظائفه ليتمكن من تحقيق الأهداف والغايات. يغطي هذا المساق أيضًا قنوات التوزيع الجديدة للسلع والخدمات ، والعوامل التي تؤثر على تصميم قناة التوزيع الجديدة. بالإضافة إلى تحديد فرص وأسباب الصراع بين أعضاء قنوات التسويق ، بما في ذلك ميزات مثل الإدارة ، والتوزيع المادي ، والطرق الحديثة للتوزيع الرقمي.

إستراتيجية العلامة التجارية (0364202)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق الرقمي (0361101)

يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بمفاهيم استراتيجيات العلامة التجارية ، وأساسها ، والمعرفة ، والمهارات المطبقة لتطوير استراتيجيات العلامة التجارية. بالإضافة إلى كيفية بناء وقياس وحماية اسم العلامة التجارية وتوضيح العلاقة بين العلامات التجارية والمنتجات. تغطي هذه الدورة أيضًا وظائف العلامات التجارية ، وتأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك ، والقرارات المتعلقة بصنع هوية العلامة التجارية ، وتحديد موقع العلامة التجارية ، واسم العلامة التجارية ، وبناء خطوات اسم العلامة التجارية ، وتصميم المزايا التنافسية ، وخلق قيمة في مؤسسات الأعمال..

تصميم مواقع ويب تفاعلي (0364401)

المتطلب السابق: تصميم المواقع (0363401)

يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بمبادئ تصميم وإنشاء موقع على شبكة الإنترنت من وجهة نظر التسويق والترويج للمبيعات ، بالإضافة إلى شرح المبادئ الأساسية للإعلان التقليدي صلته بالإعلان عبر الإنترنت ووظائف ومبادئ تصميم الويب عبر الإنترنت. العلامة التجارية وجميع المصطلحات ذات الصلة التي تدعم أنشطة المستهلك عبر الإنترنت.

البيانات الضخمة و سلسلة الكتل(0364402)

المتطلب السابق: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول (0363201)

البيانات الضخمة هي مصطلح جديد لمتخصصي التسويق الحديث. هذه دورة استقصائية تغطي الإنجازات الحديثة في مجال علم البيانات بدءًا من الحالات التي أصبح فيها علم البيانات وسيلة لمشروع تجاري ناجح إلى المواقف التي سمحت فيها بزيادة كبيرة في كفاءة الأعمال القائمة. نناقش كيف يمكن للبيانات من البحث على الويب وأنظمة التوصية ومشغلي الاتصالات وشركات التجارة الإلكترونية والشبكات الاجتماعية أن تحقق قيمة لقرارات العمل ، وتساعد في تحديد مجموعات العملاء المستهدفة والتعامل معهم بأكثر الرسائل الإعلانية كفاءة. يتم إيلاء اهتمام كبير للتقدم في البرامج والأجهزة التي جعلت تحليل علوم البيانات ممكنًا.

تدريب ميداني (0364501)

**** اجتياز (90) ساعة معتمدة**

توفر هذه الدورة للطلاب فرصة لممارسة المعرفة النظرية من خلال تدريب داخلي في مؤسسة في مجال التسويق الرقمي ، بالإضافة إلى التركيز على تطوير مهارات الطلاب والنهوض بها.

مشروع تخرج (0364502)

**** اجتياز (90) ساعة معتمدة**

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية إجراء البحث الميداني في السوق ، حيث يقوم الطالب والمشرّف بتحديد المشاكل التسويقية في منظمات الأعمال والعمل على حلها باستخدام المنهج العلمي في جمع البيانات ، وبناء نموذج وفرضيات مبنية على على المؤلفات والدراسات ذات الصلة وتحليلها باستخدام البرامج والتقنيات الإحصائية المتقدمة ، من أجل بناء قاعدة صنع القرار في المنظمة.

المواد المساندة (21) ساعة معتمدة

القانون التجاري للأعمال (0162501)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية القانون التجاري، وأهدافه، وتطوره، وخصائصه، وفروعه، وعلاقته بالقانون المدني؛ كما يتناول الأعمال التجارية وأنواعها، والتاجر من حيث شروطه والتزاماته، وأحكام المتجر وعناصره وحمايته؛ والعقود التجارية كعقد البيع التجاري وعقد الرهن التجاري وعقد النقل والوكالة التجارية وعقد السمسرة. فضلاً عن الالتزامات الأخلاقية من كلا الطرفين البائع والمشتري.

أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية (0323202)

المتطلب السابق: مبادئ الإدارة (0321101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية بناء علاقات شراكة بين المنظمة وأصحاب المصالح، من خلال خدمة المجتمع، والنزاهة، والشفافية، والعدالة. حيث يركز المساق على الدور الريادي للمنظمة في رفع مستوى حياة الأفراد والحفاظ على الصحة والبيئة، من خلال تصميم منتجات صديقة للبيئة. فضلاً عن دعم المشاريع الابتكارية لدى المجتمع المحلي.

إدارة المبيعات والبيع الشخصي (0342102)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف مفاهيم إدارة المبيعات والبيع الشخصي، وتحديد وظائف مدير المبيعات، واحتياجات العملاء، وخصائص المنتج والقيم، وإدارة فريق المبيعات لتكون قادرة على تحقيق الاعتراضات، وفتح، وفحص، والاقتراب، وإغلاق عقود البيع، بالإضافة إلى تحديد المهام الرئيسية التي يقوم بها مدير المبيعات، مثل التنبؤ بالمبيعات، وتحليل وتصميم مناطق المبيعات، وتقييم البائعين، والاختيار والتدريب، والتحفيز، والتعويضات، وتقييم موظفي المبيعات.

تسويق الخدمات (0342103)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بمفهوم الخدمات، والفروقات الجوهرية بينها وبين السلع الاستهلاكية، وتصنيف الخدمات اعتماداً على الخصائص العامة للخدمة، وعناصر المزيج

التسويقي الخدمي، وتحليل سلوك العملاء في المنظمات الخدمية، فضلاً عن بيان أهمية القطاع الخدمي في تقدم الاقتصاد، ودوره في تشكيل الحصة الأكبر من الناتج المحلي لغالبية الدول.

إدارة التسويق (0364203)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بالدور الاستراتيجي لإدارة التسويق في المنظمة، من خلال تحليل البيئة التسويقية الأسواق الداخلية والخارجية للمنظمة، وتحليل مكامن القوة والضعف والفرص والتهديدات، بالإضافة إلى عمل تحليل تنافسي لغرض بناء استراتيجية تسويقية تعتمد على التجزئة السوقية والاستهداف والإحلال كعناصر جوهرية في خلق قيمة مضافة للسوق.

بحوث التسويق (0342202)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق + الأساليب الإحصائية للأعمال (0161704) + (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بالدور الحيوي لبحوث التسويق في تجميع البيانات وتنظيمها ومعالجتها لتحويلها لمعلومات تشكل الأرضية الخصبة لمتخذي القرار في المنظمة. حيث يتم توظيف البحوث الكمية والنوعية لتحليل الأسواق والتوجهات الشرائية والتنبؤ بالطلب، بالإضافة إلى تحديد المشاكل التسويقية وتوظيف الأدوات البحثية اللازمة لإجراء عملية بحث متكاملة وتقديم حلول مبتكرة لمتخذي القرار.

التسعير (0343101)

المتطلب السابق: بحوث التسويق (0342202)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية السعر كعنصر رئيس في الاستراتيجية التسويقية، وكيف يعكس السعر المفهوم الحقيقي لجودة وقيمة المنتج، فضلاً عن صياغة وتنفيذ عدد من الاستراتيجيات والتكتيكات السعرية مثل التغلغل والكشط السوقي لغرض جذب العملاء والتأثير

على قراراتهم الشرائية، وبيان دور السعر في تجزئة السوق والتقسيم الهرمي للمنتجات داخل المنظمة.

ريادة الأعمال في التسويق (0343301)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بدور التسويق في بناء وإدارة المشاريع الريادية، من خلال توظيف مفاهيم التسويق الحديث في صياغة وتنفيذ الحملات التسويقية، والمهارات اللازمة لقيادة منظمات الأعمال على اختلاف أنشطتها، بالإضافة إلى مناقشة قصص نجاح لمنظمات عالمية بدأت بأفكار تسويقية إبداعية. كما ويركز المساق على أهمية استثمار الثورة المعلوماتية ووسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ الاستراتيجيات التسويقية المختلفة.

إدارة علاقات الزبائن (0364203)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية بناء علاقات قوية وطويلة الأمد مع العملاء، سواءً في الأسواق الاستهلاكية أو أسواق الأعمال. ويركز المساق على ضرورة تعدي العلاقة الرسمية مع العميل وتحويلها إلى علاقة إنسانية عن طريق تحليل سلوكيات العملاء من حيث وقت الشراء وكمية الشراء وطبيعة المنتجات التي يتم شرائها والقدرات الشرائية للعملاء، حيث تشكل هذه المعلومات مدخلات رئيسة في صناعة القرار التسويقي وتصنيف العملاء الأكثر ربحية للمنظمة.

تكنولوجيا الإعلان (344302)

المتطلبات الأساسية لاستراتيجيات التسويق الرقمي (0363201)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية الإعلان كأحد عناصر المزيج الاتصالي، ودوره في بناء إدراك للعلامة التجارية، وتحسين صورة المنظمة. ويركز المساق على تحليل الإعلانات المرئية والمقروءة والمسموعة لغرض بناء فهم شامل للأخطاء الإعلانية وكيفية

تجنبها. فضلاً عن تناول العلاقة التفاعلية والتكاملية بين الإعلان وبقية عناصر المزيج الاتصالي.

متطلبات التخصص الاختيارية (6) ساعة معتمدة

إدارة الموارد البشرية (0322101)

المتطلب السابق: مبادئ الإدارة (0321101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بجميع العمليات التي تعني بها إدارة الموارد البشرية، ابتداءً من عملية تصميم الوظائف وتصنيفها وتحليلها ووصفها وتقييمها، ومروراً بعمليات الاستقطاب والاختيار والتعيين والترقية والنقل وتخطيط الموارد البشرية وتخطيط المسار الوظيفي، وانتهاء بتصميم هياكل الأجور والمرتبات لبناء استراتيجية شاملة.

تسويق الخدمات المالية (0342402)

المتطلب السابق: مبادئ التسويق (0341101)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بخصوصية تسويق الخدمات المالية من حيث اللاملموسية العالية التي تتمتع بها، فضلاً عن بيان الدور الحيوي للبنوك وشركات التأمين والتمويل في تأمين الفرص الاستثمارية المختلفة، من خلال سد حاجات العملاء باستخدام مزيج تسويقي مصمم خصيصاً لخلق ميزة تنافسية للمنظمات المالية تستطيع من خلاله مواكبة فرص وتحديات السوق.

الإبداع وتطوير المنتجات (0343102)

المتطلب السابق: إدارة التسويق (0342201)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بمفهوم المنتج سواءً كان سلعة، خدمة، فكرة، شخص، مكان، حدث لغرض اختيار المزيج التسويقي الأمثل لتسويقه. بالإضافة إلى تحليل دورة حياة المنتج والاستراتيجيات الممكنة تطبيقها في كل مرحلة. ومن خلال تطبيق عدد من الحالات الدراسية على منظمات عالمية تهدف إلى توضيح خطوات الابتكار في المنتجات الجديدة ابتداءً من بحوث السوق وانتهاءً بخدمات ما بعد البيع.

قضايا تسويقية معاصرة (0344301)

المتطلب السابق: إدارة التسويق (0342201)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأبرز المفاهيم النظرية والبحثية التي ساهمت في المعرفة الأكاديمية في مجال التسويق. بالإضافة إلى تعريف الطلاب بأهمية المنشورات الأكاديمية في مجال التسويق من المجالات المتخصصة، وتطوير قدرتهم على تحليل وتقييم هذه المنشورات بشكل نقدي. كما يركز المساق على التحليل العميق للمشاكل والتحديات التي تواجه إدارة التسويق في المنظمة، وتحديد الانحرافات ومعالجتها بطرق ريادية فعالة.

التسويق الأخضر (0344402)

المتطلب السابق: تسويق الخدمات (0342103)

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بأهمية التسويق الأخضر في تحسين صورة المنظمة، من خلال إنتاج سلع وخدمات صديقة للبيئة، واستخدام التدوير في العمليات الإنتاجية، وتغليف المنتجات بمواد غير ضارة. فضلاً عن تقليل المخلفات البيئية الناجمة عن عمليات التصنيع، وتخصيص جزء من الموازنة لغرض خدمة المجتمع بشكل تطوعي.

التسويق السياحي الرقمي (0363301)

المتطلب السابق: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول (0363201)

يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بأهمية التسويق السياحي الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والتسويق الإلكتروني في قطاعات الترفيه والسفر والسياحة ، بالإضافة إلى التركيز على التقنيات الحالية والجديدة التي تزيد من المزايا التنافسية في قطاعات السياحة.