

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	الحره	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 مبينة 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	2	1	3	0102
1204	الاحصاء التطبيقي	2	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	1	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	1	2	3	4161

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

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

المتطلب السابق	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	عنوان المقرر	رقم المقرر
	عملي	نظري			
-	-	3	3	مبادئ القانون وحقوق الانسان	4171
4101	-	3	3	إدارة الموارد البشرية	4201
0102	1	2	3	الاعمال الالكترونية	4215
4161	-	3	3	التسويق الاخضر	4231
4161	-	3	3	تخطيط وتطوير المنتجات	4233

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات المعتمدة	الساعات الأسبوعية		المتطلب السابق
			نظري	عملي	
4234	التسويق العقاري	3	3	-	4161
4237	الرياضيات في الإدارة	3	3	-	-
4267	سياسات التسعير	3	3	-	4161
4302	الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة	3	3	-	4101
4311	اقتصاديات الموارد والبيئة	3	3	-	4122
4314	تدريبات عملية في المؤسسات	3	-	3	-
4316	الإرشاد السياحي	3	3	-	4161
4343	إدارة التأمين	3	3	-	4101
4359	تكنولوجيا الإعلان الرقمي	3	2	1	4161
4405	إدارة سلسلة التوريد الإلكترونية	3	3	-	4101
4421	الاقتصاد الفلسطيني	3	3	-	4122
4429	الرقابة الإدارية في المؤسسات الصحية	3	3	-	4101
4441	تحليل وتقييم المشاريع	3	3	-	-
4444	اسس الاستثمار	3	3	-	4132
4451	إدارة المشاريع	3	2	1	0102
4468	الإدارة المالية المتقدمة	3	3	-	4341

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 كيفياً وأن لا تكون ممنوعة من التخصص.