

5 تخصص التسويق

يهدف تخصص التسويق إلى اعداد وتأهيل الكوادر الوطنية المتخصصة من العاملين في مجال التسويق لتلبية الطلب المتزايد على طلبة التسويق في مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي الحكومي والخاص.

الأهداف العامة لتخصص التسويق

يهدف هذا التخصص إلى إعداد الطالب إعداداً مناسباً يمكنه من العمل بحيث يكون قادراً على:

1. تحديد الاتجاهات الفكرية المعاصرة في التسويق.
2. دراسة السلوك الاستهلاكي ومحدداته والتفكير الاستراتيجي.
3. تحديد السوق ومقوماته والاستراتيجيات المتبعة لدخول الأسواق محلياً وعربياً وعالمياً.
4. التعرف على البيئة التسويقية وتحليل عناصرها محلياً ودولياً.
5. تخطيط الأسواق: تحديد الأسواق المستهدفة وتحليل فرص الدخول فيها.
6. التخطيط للمنتجات من خلال دورة حياة المنتج.
7. تطوير السلع وابتكار المنتجات الجديدة.
8. تخطيط السياسة السريعة للمنشآت.
9. التعرف على قنوات التوزيع التقليدية والحديثة.
10. الترويج للسلع والبضائع واتقان تخطيط الجهد البيعي.
11. إتقان فن التفاوض والمساومة.
12. إجراء البحوث التسويقية وبناء نظم المعلومات التسويقية من خلال استخدام الحاسوب. وللحصول على درجة البكالوريوس في العلوم الإدارية والاقتصادية / تخصص التسويق، على الطالب أن يتم بنجاح (133) ساعة معتمدة موزعة كما يلي:

1. المقررات التأسيسية	(28) ساعة معتمدة
2. المقررات الأساسية	(27) ساعة معتمدة
3. المقررات التخصصية	(72) ساعة معتمدة
4. المقررات الحرة	(6) ساعات معتمدة

المقررات التخصصية / التسويق

المتطلب السابق	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	عنوان المقرر	رقم المقرر
	عملي	نظري			
-	-	3	3	مبادئ الاحصاء	0103
4101	-	3	3	إدارة الموارد البشرية	4201
0102 – 4101	1	2	3	الأعمال الالكترونية	4215
4161	-	3	3	تسويق الخدمات	4260
4161	-	3	3	الاتصالات التسويقية	4263
0102 – 4161	2	1	3	تطبيقات حاسوبية في التسويق	4265
4161	-	3	3	سياسات التسعير	4267
4101	-	3	3	الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة	4302
4101	-	3	3	إدارة الجودة الشاملة	4308
4101	-	3	3	إدارة التأمين	4343
4101	-	3	3	إدارة الإنتاج والعمليات	4351
4161	-	3	3	تسويق الخدمات المالية	4361
4161	-	3	3	التسويق الدولي	4363
4265	1	2	3	أنظمة المعلومات التسويقية	4367
4171	-	3	3	القانون التجاري	4371
4122	-	3	3	الاقتصاد الفلسطيني	4421
4101	-	3	3	إدارة الشراء والتخزين	4454
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
5263 إنهاء المستوى الثالث	2	1	3	مشروع التخرج	4499
0204 – 0102	1	2	3	إحصاء تطبيقي	5263
	7	65	72	المجموع	

توصيف المقررات التخصصية لتخصص التسويق

0103 مبادئ الإحصاء: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بدور الإحصاء في الحياة وفي طريقة البحث والاستقصاء، ويتناول التوزيعات التكرارية والاحتمالية والمنحنى السوي. كما يعالج موضوع الارتباط والانحدار بصورة مبسطة

4201 إدارة الموارد البشرية: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة

يركز هذا المقرر على مفهوم الموارد البشرية ومفهوم إدارة الموارد البشرية ومفهوم تنمية الموارد البشرية، وأسس وأساليب تحقيق هذه التنمية بصورة مستدامة، ويتناول الوظائف المختلفة لإدارة الموارد البشرية وأهمها وظائف تخطيط الاحتياجات من الموارد البشرية، والاستقطاب والاختيار والتعيين وتحلي وتصميم وتوصيف العمل، وتصميم نظم الأجور والرواتب والحوافز والمزايا ومكافآت نهاية الخدمة، وتقويم أداء العاملين، وتخطيط المسار الوظيفي وتحسين جودة حياة العمل ويتناول هذا المقرر الوضع التنظيمي لإدارة الموارد البشرية، والمزايا التنافسية للموارد البشرية، والإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، وإدارة الموارد البشرية متعددة الجنسية، وأسس تطوير رأس المال البشري.

4215 الأعمال الإلكترونية: 3 ساعات معتمدة (2 نظري، 1 عملي)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة، 0102 الحاسوب

يتناول هذا المقرر مفهوم الإنترنت وتطوره وأهميته، ويتناول مفهوم اقتصاد المعرفة ومكوناته ومبادئه وأسس، ومفهوم الأعمال الإلكترونية وأهميتها وأهدافها والمتطلبات اللازمة لنجاح الأعمال الإلكترونية ومراحل تطورها والتحديات التي تواجه المنظمات لتبني الأعمال الإلكترونية والبنية التحتية للأعمال الإلكترونية والمهام الأساسية للإدارة في منظمات الأعمال الإلكترونية ونماذج الأعمال الإلكترونية وتطبيقاتها، كما يتناول هذا المقرر الأنواع المختلفة للأنواع الإلكترونية مع التركيز على التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني والأعمال المصرفية الإلكترونية والتعلم الإلكتروني والمراسلات الإلكترونية وأعمال السفر

الإلكترونية والتزويد الإلكتروني وأعمال المضاربة الإلكترونية والفهارس الإلكترونية (الأدلة) والبحث الإلكتروني وإدارة موارد العمليات الإلكترونية وأعمال المزادات الإلكترونية والامتيازات الإلكترونية وغيرها ، ويتناول المقرر أيضاً أنماط الأعمال الإلكترونية والمنافسة بين منظمات الأعمال الإلكترونية ، والأسواق الإلكترونية ومتاجر التجزئة الإلكترونية وأساسيات بناء هذه المتاجر والنقود الإلكترونية والدفع الإلكتروني والأمن والخصوصية في الأعمال الإلكترونية ، وموضوعات أخرى.

4260 تسويق الخدمات: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

مفهوم صناعة وتسويق الخدمات، أنواع ونماذج الخدمات، مفهوم وأساليب قياس جودة الخدمات، تحليل السوق الخدمي، قرارات وسياسات تسعير الخدمات، قرارات وسياسات الاتصال الترويجي الخدمي، قرارات وسياسة التوزيع وتسويق الخدمات، ودور تكنولوجيا المعلومات في تسويق الخدمات.

4263 الاتصالات التسويقية: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

مفهوم وأهمية الاتصالات التسويقية، نظريات الاتصالات التسويقية، العوامل المؤثرة في فعالية الاتصالات، نماذج الاتصالات التسويقية وتطبيقاتها ودورها في تنشيط المبيعات، والاتصالات عبر الانترنت.

4265 تطبيقات حاسوبية في التسويق: 3 ساعات معتمدة (1 نظري، 2 عملي)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق، 0102 الحاسوب

تقنية المعلومات وتطبيقاتها في الأنشطة التسويقية، استخدام الحاسوب في إعداد التقارير والعروض التقديمية، أنظمة الجداول الإلكترونية ووظائفها في مجال التسويق وتحليل المبيعات والتبؤ، قواعد البيانات ووظائفها في التسويق، شبكة الانترنت وخدماتها في دعم الأنشطة التسويقية.

4267 سياسات التسعير: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

مفهوم التسعير، تأثير البيئة الاقتصادية في عملية التسعير، كيفية ومراحل عملية التسعير ودورة حياة السلعة، التسعير لسلع المستهلك النهائي والصناعي والخدمات، التسعير الدولي، دور الدراسات والبحوث في عملية التسعير.

4302 الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة

عملية تنظيم المشروعات ودورها في زيادة التطور الاقتصادي، تعريف الريادة، صفات الريادي (منظم المشروعات)، ويتحدث عن كيفية البدء في مشروع جديد وتمويله ووسائل التمويل وإدارته، القضايا الخاصة بمنظم المشروعات مثل العلاقات التجارية، التسويق المباشر، الامتياز، دراسة الحالات Case Studies في ممارسة الريادة للتعرف على أسباب أو فشل المنظم.

4308 إدارة الجودة الشاملة: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة

يتطرق هذا المقرر لمفهوم الجودة وإدارة الجودة الشاملة والتطور التاريخي والأصول التاريخية للجودة الشاملة وفكرتها الشمولية في إدارة الجودة ومتطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة وكذلك نظام إدارة الجودة الشاملة بمفهومه ووظائف إدارة الجودة وكذلك الاتجاهات الحديثة في هذه الإدارة الحديثة مروراً بجودة المنتج (سلعة أو خدمة) وأهميته واستراتيجية الجودة الشاملة كجزء من الإستراتيجية الشاملة للمنشأة وتكاليف الجودة وكذلك قياس درجة الجودة والتعرف على مقاييسها المختلفة وأدواتها ويتضمن هذا المقرر الرقابة على الجودة وأهداف هذه الرقابة والأساليب الإحصائية المستخدمة وكذلك حلقات تحسين الجودة بمفهومها وتطورها التاريخي وعوامل النجاح والفشل في تطبيقات حلقات الجودة وخدمة الزبائن وأهمية جودة خدمة الزبائن وخطواتها، متضمنة بعض الحالات الدراسية والتمارين انتهاءً بمعوقات تطبيق هذه الإدارة الحديثة وطرق علاجها.

4343 إدارة التأمين: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة

المفاهيم الأساسية للتأمين: إجراءاته وأنواعه المختلفة إضافة إلى المبادئ القانونية لعقود (بوليصة) التأمين واحتياجاته الفنية، الأخطار التي يتعرض لها الفرد ووسيلة الوقاية منها، كيفية تسويق الخدمات التأمينية ودور مؤسسات التأمين (حكومية وتجارية) في خدمة المجتمع، وتصفية الوثائق واستبدالها.

4351 إدارة الإنتاج والعمليات: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة

يتضمن هذا المقرر مدخل إلى إدارة العمليات والإنتاج وأنواع أنظمة الإنتاج وكذلك المدخل إلى التخطيط الاستراتيجي وتبؤ الطلب وتخطيط وتطوير المنتج / الخدمة ويتضمن كذلك تخطيط وتصميم العملية وتخطيط الطاقة الإنتاجية وكذلك اختيار موقع المصنع والترتيب الداخلي فيه وكذلك التخطيط الإجمالي للإنتاج والاحتياجات من المواد (MRP) ويتطرق كذلك لجدولة العمليات التشغيلية وضبط الجودة وإدارة الصيانة بمنشآت الأعمال وتصميم وقياس العمل وإدارة المخزون.

4361 تسويق الخدمات المالية: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

مفهوم تسويق الخدمات المالية والمصرفية وبيئته، الخدمات المالية والمصرفية (المنتجات)، تسعير الخدمات المالية والمصرفية وتوزيعها وترويجها واستراتيجيات تسويقها، بحوث ونظم المعلومات التسويقية للخدمات المالية والمصرفية، الخدمات المالية الالكترونية.

4363 التسويق الدولي: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

مفهوم التسويق الدولي وبيئته، تحليل الأسواق الدولية واختيارها، قرارات التسويق الدولي، استراتيجيات الدخول للأسواق الدولية، قرارات المنتجات والتسعير الدولية، الترويج والاتصال التسويقي الدولي، التوزيع المادي دولياً وإجراءات التصدير.

4367 أنظمة المعلومات التسويقية: 3 ساعات معتمدة (2 نظري، 1 عملي)

متطلب سابق 4265 تطبيقات حاسوبية في التسويق

أنظمة المعلومات التسويقية ماهيتها وتقنياتها وإدارتها ودورها في التخطيط والرقابة على الأنشطة التسويقية، أنظمة معالجة البيانات التسويقية، مصادر المعلومات التسويقية، أنظمة دعم القرارات التسويقية، أنظمة الأتمتة في إدارة الأنشطة التسويقية، التسويق الإلكتروني والأنظمة الخبيرة في مجال التسويق.

4371 القانون التجاري: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4171 مبادئ القانون وحقوق الإنسان

مفهوم القانون التجاري، طبيعة الأعمال التجارية، التاجر، السجل التجاري، العقود، الأوراق، الشركات التجارية، الإفلاس (بشكل موجز)، مع بحث للأوراق التجارية (سند السحب والكمبيالة والشيك).

4421 الاقتصاد الفلسطيني: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4122 مبادئ الاقتصاد (2)

الملامح الرئيسية للاقتصاد الفلسطيني وتطوره خلال العقود الماضية، وأهم التشوهات التي أصابته نتيجة الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية، أهم الموارد المتاحة للاقتصاد الفلسطيني، تحليل أداء القطاعات الاقتصادية الرئيسية وخصائصها والمشاكل التي تعيق تطورها ونموها، حسابات الدخل القومي والموازنة العامة والسياسات المالية للسلطة الوطنية الفلسطينية، العلاقات الاقتصادية الخارجية والميزان التجاري، وميزان المدفوعات، نقاط القوة والضعف التي يتصف بها الاقتصاد الفلسطيني، التحديات والمشاكل التي تعيق عملية التنمية الشاملة في فلسطين والفرص المتاحة لنجاحها.

4454 إدارة الشراء والتخزين: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4101 مبادئ الإدارة

وظيفة الشراء من حيث تحديد كمية المطلوب من مواد الإنتاج ونوعيتها، كيفية اتخاذ قرارات الشراء، والعروض والمقارنة، وفحص العينات، والبحث عن مصادر التوريد، وتقرير السعر، وموازنة الشراء، الرقابة على المخزون، وتحديد حجم المخزون ونوعيته وتكلفته، مع تحديد انتقال المواد إلى مراكز الإنتاج وحركتها.

4461 إدارة المبيعات: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

المشاكل التي تواجه مسؤولي المبيعات، ويتضمن ذلك تنظيم إدارة المبيعات، أبحاث المنتج، اختبار وتوظيف وتدريب وتعويض رجال البيع وكذلك الرقابة على نشاطاتهم، كما يتم البحث في المبادئ الأساسية للبيع الشخصي في الأسواق الصناعية وأسواق المستهلك النهائي.

4462 قنوات التوزيع: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

هيكل منافذ توزيع السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك، التعرف على أنواع قنوات التوزيع والأطراف المشاركة فيها، وكيفية اختيار القنوات وإدارتها لإيصال السلع والخدمات إلى المستهلك.

4463 استراتيجيات التسويق: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

اتخاذ القرارات التسويقية في الأوضاع المختلفة، التكامل بين استراتيجيات السلعة، التسعير، والترويج، من أجل تقييم استراتيجيات التسويق.

4464 سلوك المستهلك: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

سلوك الأفراد والجماعات من المستهلكين والمشتريين والصناعيين، ويتضمن ذلك القيام بتطبيق مبادئ العلوم السلوكية على أوضاع الشراء المختلفة.

4465 بحوث التسويق: 3 ساعات معتمدة (3 نظري)

متطلب سابق 4161 مبادئ التسويق

طبيعة واستخدام بحوث التسويق في الأعمال التجارية، طرق جمع وتفسير معلومات التسويق في عملية اتخاذ القرارات التسويقية على تطبيقات محددة للمشاكل التسويقية، كما يسعى هذا المقرر إلى تضييق دائرة عدم التأكد التي تعيشها المنشأة.

4499 مشروع التخرج: 3 ساعات معتمدة (1 نظري، 2 عملي)

متطلب سابق 5263 إحصاء تطبيقي، إنهاء المستوى الثالث

يعد مقرر مشروع التخرج مقررًا ميدانيًا يعزز القدرات والمهارات البحثية لدى الطالب/ة، ولا ضير أن يشترك أكثر من طالب ويحد أقصى ثلاثة طلاب في إنجاز المشروع، وينبغي أن تكون المشكلة البحثية ضمن المؤسسات ذات العلاقة وضمن أحد المجالات الرئيسية لتخصص الطالب/ة، ويقدم من خلال هذا المشروع مجموعة من المقترحات الريادية في ضوء ما يتم التوصل إليه من نتائج واستنتاجات استنادًا إلى المفاهيم والمهارات والمعارف التي تعلمها الطلبة في هذا التخصص.

5263 إحصاء تطبيقي: 3 ساعات معتمدة (2 نظري، 1 عملي)

متطلب سابق 0102 الحاسوب ، 0204 مناهج البحث العلمي

الاستدلال الإحصائي حول مجتمع واحد و حول مجتمعين، الارتباط والانحدار، اختبارات الأوساط والنسب لمجتمعين، تحليل التباين الأحادي والثنائي، طرق غير معلمية