تعتمد الخطة

نائب الرئيس للشؤون الأكاديمية

2022 / 11 / 16

جامعة اليرموك

كلية الأعمال

قسم التسويق

الخطة الدراسية لدرجة البكالوريوس في التسويق

2023/2022

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

القسم: التسويق	البرنامج: بكالوريوس تسويق	الختم الرسمي
اعتمدت الخطة الدراسية بقرار مجلس العمداء رقم ..... بتاريخ		

نبذة عن البرنامج

تأسس قسم التسويق عام 1997. يمتاز القسم بوجود أعضاء هيئة تدريسية متخصصة في مجالات متنوعة في التسويق مثل: سلوك المستهلك، بحوث التسويق، التسويق الدولي، والتسويق الالكتروني. يزود برنامج البكالوريوس في التسويق الطالب بالمعرفة والمهارات التقنية لمتخصص التسويق. سيتم تدريب الطلاب على استخدامها في مواقف العالم الحقيقية، حتى يكونوا مستعدين لإحداث تأثير فوري في حياتهم المهنية. سيدرس الطلاب دورة مصممة وتقديمها بمشاركة نشطة من الصناعة. سوف يتعلمون النظريات الأكاديمية بعمق، ويطبقونها في العالم الحقيقي. هذا يترجم إلى شهادة قيمة في العمل لمدة أربع سنوات؛ بوجود مساقات غنية بدراسات الحالات الحية ومشاريع التدريب؛ والتدريب على المهارات المصمم لتلبية أحدث اتجاهات التسويق.

يتعلم الطلاب المهارات التحليلية والتواصلية اللازمة للنجاح في إدارة العلامات التجارية، وأبحاث التسويق، وإدارة الاتصالات التسويقية المتكاملة، والتسويق الرقمي وغيرها من المجالات داخل التسويق. كما تم التأكيد على مهارات وتقنيات إدارة التسويق. تتمثل المهمة الأساسية لقسم التسويق في إعداد الطلاب ليكونوا أعضاء مساهمين في المنظمات من خلال توفير تعليم يركز على وظيفة التسويق. نحن ملتزمون بتطوير قدرات الطلاب في حل المشكلات. نحن ندرك أيضًا أن المهارات الفنية المحددة ضرورية لإعداد الطلاب للانضمام إلى قوة العمل. لذلك، يحتفظ قسم التسويق بنهج تعليمي يتوافق مع التقنيات والأساليب الحالية.

من خلال مزيج مرن من الدورات الأساسية والاختيارية ، سيغطي الطلاب موضوعات رئيسية مثل، على سبيل المثال لا الحصر، التسويق الاستراتيجي والتسويق الرقمي وسلوك المستهلك.

رؤية ورسالة البرنامج

الرؤية	لإتقان فن وعلم التسويق الاحترافي الذي يقود نجاح كل مؤسسة ومنظمة والمجتمع بشكل عام.
الرسالة	لإعداد طلاب التسويق مع تقدير الطبيعة المتنوعة، و التخصصات المتعددة للتسويق، وكذلك مجموعة من المهارات النظرية والتقنية والشخصية.

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

أهداف البرنامج التعلمية	
1	تقديم المعرفة بمفاهيم التسويق والأدوات والتطبيقات التي سيتم استخدامها في الأعمال والمجتمع.
2	اكتساب فهم لتطور واتجاه التفكير النظري في مجال التسويق.
3	فهم قضايا التسويق المعاصرة.
4	تطوير مهارات الطلاب النقدية والتحليلية في مجال التسويق والأعمال.
5	تطوير المهارات التسويقية اللازمة لإتقان الأنشطة التسويقية في بيئة الأعمال الجديدة.
6	تخريج خريجين مؤهلين لديهم الحافز والإلهام لإتقان مهارات وأنشطة التسويق.
7	تطبيق مهارات التسويق في مشاكل وحالات العالم الحقيقي.

نتاجات التعلم للبرنامج PLOs	
PLO1	توظيف نظريات وأطر وأدوات التسويق لحل مشاكل التسويق والأعمال.
PLO2	إظهار معلومات البيانات الخاصة ببيئة التسويق الخارجية والداخلية للشركة لتحديد استراتيجيات التسويق المناسبة وتحديد أولوياتها.
PLO3	التنبؤ بشكل حاسم بوظيفة التسويق والدور الذي تلعبه في تحقيق النجاح التنظيمي في كل من الإعدادات التجارية وغير التجارية.
PLO4	إظهار القدرة على التواصل الفعال شفهيا وخطيا على حد سواء.
PLO5	إظهار فهم لأهمية العولمة والتسويق عبر الثقافات والتسويق الرقمي.
PLO6	تحديد وتقييم والتصرف وفقًا للمسؤوليات والمشكلات البيئية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية.
PLO7	العمل بفعالية وكفاءة مع العملاء وأصحاب المصلحة وتنظيم إدارة الوقت والاستفادة من تفكيرهم وسلوكياتهم وخبراتهم ومهاراتهم المختلفة.
PLO 8	إظهار القدرة على العمل بفعالية مع الآخرين باستخدام أحدث التقنيات الحديثة.

توزيع الساعات المعتمدة للحصول على درجة البكالوريوس في تخصص المحاسبة			
التصنيف	الساعات المعتمدة		
	الاجباري	الاختياري	المجموع
متطلبات الجامعة	15	12	27
متطلبات الكلية	24	0	24
متطلبات القسم	69	12	81
المجموع	**108**	**24**	**132**

- **متطلبات الجامعة الاجبارية ويخصص لها (27) ساعة معتمدة: (إجباري: (15) ساعة ، اختياري (12) ساعة)**

أولاً: متطلبات الجامعة الاجبارية ويخصص لها (15) ساعة معتمدة، وتتضمن المساقات التالية:						
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
HUM	117	الريادة والابتكار	1	0	1	لا يوجد
HUM	118	القيادة والمسوؤلية المجتمعية	1	0	1	لا يوجد
HUM	119	المهارات الحياتية	1	0	1	لايوجد
HUM	120	مهارات الاتصال والتواصل "اللغة الانجليزية"	3	0	3	لايوجد
HUM	121	مهارات الاتصال والتواصل "اللغة العربية"	3	0	3	لايوجد
PS	102	التربية الوطنية	3	0	3	لايوجد
MILT	100A	العلوم العسكرية والمواطنة	3	0	3	لايوجد
EL	099	مهارات لغة إنجليزية – استدراكي	استدراكي		استدراكي	لايوجد
AL	099	لغة عربية – استدراكي	استدراكي		استدراكي	لايوجد
COMP	099	مهارات حاسوب – استدراكي	استدراكي		استدراكي	لايوجد
SA	100	الأخلاقيات والعمل التطوعي(ناجح/راسب)	0		0	لايوجد

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

- **متطلبات الجامعة الاختيارية ويخصص لها (12) ساعة معتمدة: يختارها الطالب كمايلي: مساق واحد بواقع ثلاث (3) ساعة في كل حزمة من الحزم الثلاثة التالية: والمساق الرابع بواقع ثلاث (3) ساعات يختاره الطالب من اي من هذه الحزم الثلاثة وحسب رغبته.**

ثانياً: متطلبات الجامعة الاختيارية (12) ساعة معتمدة						
1. حزمة مساقات العلوم الإنسانية:						
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
Hum	101	الثقافة الإعلامية	3	0	3	لايوجد
Hum	104	الفن والسلوك	3	0	3	لايوجد
Hum	105	إسهام الاردن في الحضارة الإنسانية	3	0	3	لايوجد
Hum	106	مقدمة في دراسة الثقافات الإنسانية	3	0	3	لايوجد
Hum	107	حقوق الإنسان	3	0	3	لايوجد
Hum	109	النظم الاسلامية	3	0	3	لايوجد
Hum	110	الثقافة السياحية والفندقية	3	0	3	لايوجد
Hum	113	الفكر التربوي الاسلامي	3	0	3	لايوجد
Hum	115	التربية القانونية	3	0	3	لايوجد
Hum	123	الفنون الادائية	3	0	3	لايوجد

2. حزمة مساقات العلوم الاجتماعية والاقتصادية:						
Hum	102	المواطنة والانتماء	3	0	3	لايوجد
Hum	103	الإسلام فكر وحضارة	3	0	3	لايوجد
Hum	108	مهارات التفكير	3	0	3	لايوجد
Hum	111	تاريخ القدس	3	0	3	لايوجد
Hum	112	مقدمة في جغرافية الاردن	3	0	3	لايوجد
Hum	114	الحاكمية الرشيدة والنزاهة	3	0	3	لايوجد
Hum	116	كتابات الاردن القديمة	3	0	3	لايوجد
Sci	103	اللياقة البدنية للجميع	3	0	3	لايوجد
Sci	104	مهارات التواصل الفعال	3	0	3	لايوجد

3. حزمة المساقات العلمية والتكنولوجية:						
Sci	101	البيئة والصحة العامة	3	0	3	لايوجد
Sci	102	تكنولوجيا المعلومات والمجتمع	3	0	3	لايوجد
Sci	105	الطاقة المتجددة	3	0	3	لايوجد
Sci	107	البحث العلمي	3	0	3	لايوجد
Sci	109	الثقافة الرقمية	3	0	3	لايوجد
Sci	110	التنمية والبيئة	3	0	3	لايوجد
Sci	111	مبادئ الوبائيات والمناعة المجتمعية	3	0	3	لايوجد

ثالثاً: متطلبات الكلية الاجبارية (24) ساعة معتمدة						
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
ACC	101	مبادئ في المحاسبة (1)	3	0	3	لايوجد
BA	101	مبادئ في الإدارة (1)	3	0	3	لايوجد
ECON	102	مبادئ في الاقتصاد الجزئي	3	0	3	لايوجد
ECON	105	مبادئ في الاقتصاد الرياضي	3	0	3	لايوجد
STAT	107	الإحصاء لطلبة كلية الاقتصاد	3	0	3	لايوجد
MKT	220	مبادئ التسويق (1)	3	0	3	لايوجد
PA	130	الإدارة العامة في الأردن	3	0	3	لايوجد
BF	210	مبادئ في المالية (1)	3	0	3	لايوجد

خامساً: متطلبات القسم الاجبارية (69) ساعة معتمدة						
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
BA	102	مبادئ في الإدارة (2)	3	0	3	B.A 101
ECON	101	مبادئ في الاقتصاد الكلي	3	0	3	-
MKT	211	مبادئ في التسويق (2)	3	0	3	MKT 210
MKT	215	التسويق الدولي	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	216	اداره التجزئة	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	240	التسويق التحليلي	3	0	3	210 MKT و STAT 107
MKT	300	اساليب البحث العلمي	3	0	3	MKT 211
BA	213	التحليل الكمي (1)	3	0	3	102 BA و STAT 107
MKT	324	اداره المنتج	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	330	تسويق الخدمات	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	331	اداره المبيعات	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	335	تسويق الخدمات المالية	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	341	ادارة الترويج	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	441	التسويق الالكتروني	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	431	سلوك المستهلك	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	421	التسويق المستدام	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	422	اداره التسويق	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	423	بحوث التسويق	3	0	3	300 MKT و 210 MKT و 211 MKT
MKT	426	قنوات التوزيع	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	427	استراتيجيات التسويق	3	0	3	MKT 422
MKT	442	التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي	3	0	3	MKT 441
MKT	435	انظمه المعلومات التسويقية	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	449	بحث التخرج	2	1	3	240 MKT و 300 MKT

سادساً: متطلبات القسم الاختيارية (6) ساعة معتمدة (من داخل قسم التسويق)						
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
MKT	213	التسويق السياحي	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	315	اداره العلامة التجارية	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	326	مقدمة في التسويق الاسلامي	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	328	تجاره الجملة	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	342	التسويق الاجتماعي	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	344	إدارة التسعير	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	425	التسويق الصناعي	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
MKT	439	موضوعات معاصره في التسويق	3	0	3	210 MKT و 211 MKT

سادساً: متطلبات القسم الاختيارية (6) ساعة معتمدة (من الأقسام الأخرى لكلية الاقتصاد و العلوم الادارية)						
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
ACC	102	مبادئ في المحاسبة (2)	3	0	3	210 MKT و 211 MKT
BA	301	اداره الموارد البشرية	3	0	3	BA 102
FE	201	مبادئ الموازنة المالية والعامة	3	0	3	–
BF	311	ادارة الاستثمار	3	0	3	BF 210
BA	330	اداره المشروعات الصغيرة	3	0	3	BA 102
PA	422	نظرية اتخاذ القرار	3	0	3	PA 130

التخصص الرئيسي التسويق/ تخصص فرعي:

ويخصص له (81) ساعة موزعة على النحو التالي:

توزيع الساعات المعتمدة للتخصص الرئيسي تسويق / التخصص الفرعي

المتطلبات	الساعات الإجبارية	الساعات الاختيارية	المجموع
متطلبات الجامعة	21	6	27
متطلبات الكلية	24	-	24
متطلبات القسم	54	6	60
متطلبات القسم الفرعي	15	6	21
المجموع			132

أ – مساقات اجبارية (54) ساعة معتمدة كما يلي:

أولا: متطلبات القسم الاختيارية (6) ساعة معتمدة (من الأقسام الأخرى لكلية الاقتصاد و العلوم الادارية)					
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
BA	102	مبادئ في الإدارة (2)	3	0	3	BA 101
ECON	101	مبادئ في الاقتصاد الكلي	3	0	3	-
MKT	211	مبادئ في التسويق (2)	3	0	3	MKT 210
MKT	240	التسويق التحليلي	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	300	اساليب البحث العلمي	3	0	3	Stat 107
BA	213	التحليل الكمي 1	3	0	3	--
MKT	330	تسويق الخدمات	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	331	اداره المبيعات	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	324	اداره المنتج	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	341	اداره الترويج	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	441	التسويق الالكتروني	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	431	سلوك المستهلك	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	422	اداره التسويق	3	0	3	MKT 210 و MKT 211

MKT	423	بحوث التسويق	3	0	3	MKT 300 و MKT 210 و MKT 211
MKT	426	قنوات التوزيع	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	427	استراتيجيات التسويق	3	0	3	MKT 422
MKT	442	التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي	3	0	3	MKT 441
MKT	435	انظمه المعلومات التسويقية	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	449	بحث التخرج	3	0	3	MKT300 و MKT 240

ب- مساقات اختيارية (6) ساعات يختارها الطالب من المساقات في الجدول التالي:

أولا: متطلبات القسم الاختيارية (6) ساعة معتمدة (من داخل قسم التسويق)						
رمز المساق	رقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات المعتمدة			المتطلب السابق
			نظري	عملي	المجموع	
BA	301	اداره الموارد البشرية	3	0	3	BA 102
MKT	328	تجاره الجملة	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	335	تسويق الخدمات المالية	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	315	اداره العلامة التجارية	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	425	تسويق الصناعي	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
MKT	439	موضوعات معاصره في التسويق	3	0	3	MKT 210 و MKT 211
BA	330	اداره المشروعات الصغيرة	3	0	3	BA 102

ج – (15) ساعة معتمدة يختارها الطالب من القسم الفرعي

د – (6) ساعات اجبارية يحددها القسم الفرعي

متطلبات التخصص الفرعي بواقع (21) ساعة معتمدة حسبما يحدده قسم التخصص الفرعي. ويسمح لطالب التسويق بالتخصص الفرعي في المجالات التالية: جميع الأقسام في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، القانون، علوم الحاسوب، الإحصاء الرياضيات، اللغة الإنجليزية، تكنولوجيا المعلومات، والعلاقات العامة (في قسم الصحافة) واللغات.

التخصص الفرعي في التسويق يخصص له (21) ساعة معتمدة.

1. لطلبة كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

أ. متطلبات إجبارية: ويخصص لها (15) ساعة معتمدة

MKT 210, MKT 211, MKT 330, MKT 431, MKT 441

ب. متطلبات اختيارية: ويخصص لها (6) ساعات معتمدة يختارها الطالب من المساقات التي يطرحها القسم من مستوى 200 فما فوق

2. التخصص الفرعي للطلبة من خارج كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية في تخصص التسويق:

أ. متطلبات إجبارية: ويخصص لها (18) ساعة معتمدة

MKT 210, MKT 211, MKT 330, MKT 431, MKT 441, MKT 442

ب. متطلبات اختيارية: ويخصص لها (3) ساعات معتمدة يختارها الطالب من المساقات التي يطرحها القسم من مستوى 200 فما فوق.

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

القسم: التسويق / وصف المساقات	البرنامج: بكالوريوس التسويق	التوقيع والختم الرسمي
اعتمد وصف المساقات بقرار مجلس القسم رقم ..... بتاريخ		

اسم المساق: مبادئ في التسويق 1	رمز ورقم المساق: MKT 210	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق:		
وصف المساق	يناقش هذا المساق الى تأسيس الطالب بالمبادئ الأساسية للتسويق واعطائه فكره متكاملة عن التسويق ونشاطاته المختلفة وربطها بالواقع والسوق العملي في بيئة الاعمال	
اسم المساق: مبادئ في التسويق 2	رمز ورقم المساق: MKT 211	عدد الساعات المعتمدة:3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق:MKT 210		
وصف المساق	يهدف هذا المساق الى استكمال معرفه الطالب بأساسيات التسويق، من اداره لعناصر المزيج التسويقي وتزويد الطلبة بالموضوعات الحديثة في التسويق: التسويق غير الربحي، التسويق الاخضر، والتسويق الكتروني	
اسم المساق: التسويق السياحي	رمز ورقم المساق:MKT 213	عدد الساعات المعتمدة:3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق:MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى تزويد الطلبة بمهارات تطبيق المفاهيم والمهارات التسويقية التي اكتسبوها من دراسة مساق مبادئ التسويق على النشاط السياحي وبالمعرفة اللازمة لفهم طبيعة الخدمة السياحية، وكيفية التخطيط لها، وموائمتها مع متطلبات السائح، من خلال تعريفهم بالسياحة التاريخية، والدينية، والعلاجية الترفيهية، وكيفية تسويق المقاصد السياحية واستخدام المزيج التسويقي لذلك كما يعني المساق بإدارة الخدمات الفندقية.	
اسم المساق: تسويق دولي	رمز ورقم المساق:MKT 215	عدد الساعات المعتمدة:3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: :MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يهدف هذا المساق إلى تعريف الطلبة بالبدائل من الطرق المستخدمة في دخول الأسواق الخارجية، وكيفية المفاضلة بينها، بمهارات تحليل فرص النجاح والمخاطر في الأسواق الخارجية ودراستها وتقييمها، وكيفية إدارة عناصر المزيج التسويقي على ضوء الاختلافات فيما بين البيئات الخارجية وثقافتها، وسوف يتم تناول العديد من القضايا والحالات والدراسات في موضوع التسويق الدولي	
اسم المساق: إدارة تجزئة	رمز ورقم المساق: MJT 216	عدد الساعات المعتمدة:3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: :MKT 210, MKT 211		

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

وصف المساق	يهدف هذا المساق الى توضيح عالم التجزئة من ناحية ادارية، ودراسة العناصر التي تشكل خليط التجزئة التسويقي بما يتضمن من انواع شركات التجزئة، القنوات التوزيع المتعددة لإدارة التجزئة، سلوك المستهلك، اختيار الموقع المناسب للمتجر، ادارة المتاجر والبضائع وخدمه الزبائن داخل وخارج المتجر.

اسم المساق: تسويق تحليلي	**رمز ورقم المساق: MKT 240**	**عدد الساعات المعتمدة:3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 211 ,MKT 210:		
وصف المساق	يناقش هذا المساق الى على تطوير استراتيجيات التسويق وقرارات تخصيص الموارد باستخدام التحليل كمي. وتشمل الموضوعات التي يتم تناولها في السوق تجزئة، ونماذج استجابة السوق، العملاء الربحية، وسائل الاعلام الاجتماعية، البحث والإعلانات، نظم توصية المنتج، ونماذج الإسناد وسائل الإعلام، والموارد توزيع. وسوف يتمكن الطلاب من فهم القضايا المتعلقة الاتصالات التسويقية المتكاملة، والتسعير، والتسويق الرقمي، وتحليل كمي. وبطبيعة الحال سوف يستخدم مزيج من الحالات، والمحاضرات، ومشروع التدريب العملي على تطوير هذه المهارات.	

اسم المساق: أساليب البحث العلمي	**رمز ورقم المساق:MKT 300**	**عدد الساعات المعتمدة:3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: STST 107:		
وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة للبحث الفعال في مجال التسويق. يغطي المساق جميع مراحل أساليب البحث العلمي، بما في ذلك عملية البحث وتصميم البحث وجمع البيانات والتحليل والتفسير وكتابة التقرير النهائي.	

اسم المساق: تسويق خدمات	**رمز ورقم المساق:MKT 330**	**عدد الساعات المعتمدة:3**
لغة التدريس:		
المتطلب السابق: MKT 211 ,MKT 210:		
وصف المساق	يناقش هذا المساق الى تأسيس الطلبة بالأطر النظرية والتطبيقية لتسويق الخدمات التي تشمل مواضيع التالية: طبيعة الخدمات، إطار التسويق الخدماتي والمزيج التسويقي للخدمات، طرق تقديم الخدمات، العامل البشري في تسويق الخدمات وجدوتها. يركز هذا المساق على (الثقافة، الاتصالات، الاستراتيجيات، العمليات، الناس والتكنولوجيا) التي يجب على المسوقين استخدامهم بكفاءة وفعالية لتقديم خدمات ذات قيمه متميزة.	

اسم المساق: إدارة ترويج	**رمز ورقم المساق: MKT 341**	**عدد الساعات المعتمدة:3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 211 ,MKT 210:		

وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى تعريف الطالب بمفهوم الترويج التجاري وأهميته ضمن النشاط التسويقي مع توضيح علاقته التكميلية مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى (المنتج، السعر، التوزيع). كما يهدف هذا المساق إلى دراسة طبيعة الترويج التجاري وتحليلها بوصفها عملية اتصال إقناعي والآليات التي يعمل من خلالها. كذلك يهدف إلى دراسة الجوانب الإدارية للنشاط الترويجي ويتضمن ذلك تخطيط الجهود الترويجية وتصميم الحملات الإعلانية. وضمن هذا السياق فانه يهدف إلى تنمية وتطوير مهارات وقدرات الطالب اللازمة لذلك. إلى جانب ذلك، فان هذا المساق يولي أهمية خاصة لدراسة الأساليب المختلفة للترويج التجاري وتحليلها، ويهدف هذا المساق إلى دراسة الإعلان التجاري من حيث طبيعته وخصائصه وآثاره، كما ستتم دراسة الدعاية التجارية والبيع الشخصي والعلاقات العامة ووسائل ترويج المبيعات مع تزويد الطالب بمهارات اختيار الأسلوب الترويجي الأنسب.

اسم المساق: تسويق الخدمات المالية	**رمز ورقم المساق: MKT 335**	**عدد الساعات المعتمدة: 3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى تعريف الطلبة بالمبادئ العامة للتسويق المصرفي، وتحليل الخدمات المصرفية، والسلوك الشرائي ومحدداته، والبيئة التسويقية للخدمة المصرفية، وتطوير الخدمات المصرفية وابتكارها كما يتناول ذا المساق بقية مكونات المزيج التسويقي المصرفي من تسعير الخدمات المصرفية، وتوزيعها وترويجها والانشطة والعنصر البشري والبيئة المادية وأنماط العملاء وطرق التعامل.	

اسم المساق: تسويق اجتماعي	**رمز ورقم المساق: MKT 342**	**عدد الساعات المعتمدة: 3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق كيفية تطبيق المفاهيم التسويقية في مجالات مثل: خدمات الصحة العامة الحكومية، خدمات مؤسسات الرعاية الاجتماعية، خدمات جمع الأموال لصالح أعمال خيرية، وخدمات التعليم المجانية. يقوم هذا المساق على استخدام مبادئ التسويق الربحي لتطوير استراتيجيات تسويق اجتماعي لتحقيق التغير السلوكي لسلعه اجتماعيه. كما ان هذا المساق يهدف الى انشاء سلع تعزز الرفاه للمجتمع.	

اسم المساق: اداره العلامة التجارية	**رمز ورقم المساق: MKT 315**	**عدد الساعات المعتمدة: 3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يهدف هذا المساق الى تزويد الطلاب بالمعرفة النظرية والعملية ضرورية لإدارة ناجحة وفعالة للعلامات التجارية. ويوفر إطار لتحليل العوامل الرئيسية التي تحدد نجاح العلامة التجارية في السوق ويدخل التقنيات والأدوات اللازمة	

	لإدارة العلامات التجارية، مثل: تطوير رؤية لهذه العلامة التجارية، وتحديد مكانة السوق الصحيحة، تصميم استراتيجية الاتصال والتسويق وتنفيذه. ويهدف هذا المساق ايضاً الى: بناء العلامة التجارية، وتقييم تعريف العلامة التجارية، ووضع العلامة التجارية، القوة والربحية، تقييم النضج العلامة التجارية وضعيتها العلامات التجارية الناضجة، موضوعات اعاده تصنيف العلامة، والصلة بين العلامة التجارية وصورة الشركة وهويه هذا الشركات.

اسم المساق: تسويق الكتروني	رمز ورقم المساق: MKT 441	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق الى تطبيق مبادئ واستراتيجيات التسويق في الاسواق الإلكترونية، وكيفية تسويق المنتجات عبر الانترنت. المواضيع التي يغطيها المساق: خصائص الاسواق الإلكترونية، سلوك المستهلك في الانترنت، انظمه الحماية العمليات التسويقية والدفع الالكتروني، القوانيين المؤثرة في التسويق الالكتروني.	

اسم المساق: سلوك المستهلك	رمز ورقم المساق: MKT 431	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى تزويد الطلبة بالمفاهيم الأساسية المرتبطة بالسلوك الإنساني: التعليم، الدوافع والحاجات، الإدراك، الاتجاهات، تأثيرات الثقافة، الطبقة الاجتماعية، الجماعات المرجعية والأسرة وأهميته في دراسة السلوك الشرائي، وبالنماذج السلوكية المختلفة المفسرة للسلوك الشرائي للوصول إلى استراتيجية تسويقية ناجحة. وتزويدهم بمهارات تطبيق المفاهيم السلوكية المختلفة على واقع المستهلك الاردني والعالمي. والنواحي التي يمكن الاستفادة منها في دراسة سلوك المستهلك، العوامل والمتغيرات المحيطة المؤثرة على سلوك المستهلك.	

اسم المساق: التسويق المستدام	رمز ورقم المساق: MKT 421	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق لإعطاء مقدمه عن التسويق المستدام من ناحية نظريه من خلال دراسة الاسواق، استراتيجيات التسويق، والمجتمع. كما يهدف هذا المساق الى طرح التحديات والردود الافعال للمجتمع وكيفية بناء خطط ذات مسؤوليه اجتماعية.	

اسم المساق: إدارة التسويق	رمز ورقم المساق: MKT 422	عدد الساعات المعتمدة: 3

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

لغة التدريس: انجليزي	
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211	
وصف المساق	يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلبة بمهارات ذات علاقة بكيفية تطبيق الوظائف الإدارية على النشاط التسويقي، ومهارة التخطيط التسويقي، والتنظيم التسويقي، والتنفيذ للأنشطة التسويقية، والرقابة والتدقيق التسويقي بكفاءة وفعالية.

اسم المساق: بحوث التسويق	**رمز ورقم المساق: MKT 423**	**عدد الساعات المعتمدة:3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 300 MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق يهدف إلى تزويد الطلبة بمهارة دراسة مساق مناهج البحث العلمي في حقل التسويق، وبالمعرفة العلمية الأساسية المتعلقة بطرق إجراء البحث التسويقي، وتحليله، وصياغة نتائجه، خدمة لمتخذي القرارات التسويقية، وتمكينهم من تطبيق تلك المهارات على دراسة مشكلات تسويقية موجودة في البيئة التسويقية الحيوية.	

اسم المساق: تسويق صناعي	**رمز ورقم المساق:MKT 425**	**عدد الساعات المعتمدة:3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يتضمن المساق مبادئ في تجارة الجملة والتبادل الصناعي، وتحليل مؤسسات تجارة الجملة والتسويق الصناعي، والمشاكل والقضايا المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي للسلع والموجه إلى تجارة الجملة والمؤسسات التجارية.	

اسم المساق: قنوات توزيع	**رمز ورقم المساق:MKT 426**	**عدد الساعات المعتمدة:3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذه المادة إلى تعريف الطالب بأهمية ومفهوم نشاط التوزيع بوصفه أحد وظائف التسويق وعناصره إلى جانب تحليل أهم العوامل البيئية المؤثرة على سلوك المنشآت التسويقية. كما تهدف إلى تعريف الطالب بأهم أنواع المنشآت التسويقية ومدى اختلافها ووظائفها ودورها في النشاط التسويقي كنشاط الجملة ونشاط التجزئة. إلى جانب تناول الجوانب الإدارية في تخطيط النشاط التوزيعي في المؤسسات وتطبيق مفهوم الرقابة على أداء المؤسسات التسويقية وكيفية أساليب القيادة أنواعها داخل القناة التسويقية وإدارة الصراع. كما يهدف إلى إعطاء الطالب مجموعة من	

	الموضوعات الحديثة في إدارة القناة التسويقية ومنها إدارة القناة التسويقية وعناصر المزيج التسويقي وخدمة العملاء وإدارة اللوجستية، وقناة التسويق الدولية وتسويق الخدمات.

اسم المساق: استراتيجيات التسويق	رمز ورقم المساق: MKT 427	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT422:		
وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى تقديم مزيد من المعرفة المتعمقة في إدارة الأنشطة التسويقية على أساس من كيفية ربط الموارد المتاحة بالفرص التسويقية التي تنشأ عن المتغيرات والمستجدات البيئية. وإكساب الطلبة مهارات التفكير بعيد الأمد تمكنهم من تحليل واقع الأنشطة التسويقية على ضوء النتائج المتحققة، تمهيداً لرسم سياسة واضحة مستقبلاً، وتعريفهم بالبدائل الاستراتيجية في ظل الأزمات الاقتصادية المختلفة.	

اسم المساق: التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي	رمز ورقم المساق: MKT 442	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 441:		
وصف المساق	يناقش هذا المساق الى فهم كيفية انشاء برامج تسويقيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستكشاف اهميه التواصل الاجتماعي وكيفية التواصل مع الزبائن عبر هذا المواقع. كما يهدف هذا المساق الى توضيح أثر هذه المواقع على التسويق والمزيج التسويق.	

اسم المساق: نظم المعلومات التسويقية	رمز ورقم المساق: MKT 435	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		
وصف المساق	يناقش هذا المساق لتوفير المعارف المتقدمة والمهارات لخلق نظم معلومات قادره على دعم عمليات اداره التسويق. وكما يهدف المساق الى تقديم المبادئ المتنوعة المستخدمة لبناء نظم المعلومات التسويقية. يقدم هذا المساق مكونات انظمه المعلومات التسويقية وتطوير القدرة على التميز وتطبيق اساليب الإدارة والتسويق بما في ذلك التخطيط التسويقي، اداره علاقة العملاء، تحليل النتائج التسويقية باستخدام ادوات حسابيه ذكيه وبرامج حاسوبيه متقدمة.	

اسم المساق: موضوعات معاصرة في التسويق	رمز ورقم المساق: MKT 439	عدد الساعات المعتمدة: 3
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT 210, MKT 211		

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى تزويد الطلبة الدارسين في تخصص التسويق بالقضايا المعاصرة في التسويق وعلى ضوء الممارسة العملية، كما يهدف إلى شرح مشاكل تسويقية محدده من واقع البيئة المحلية وتفسيرها وربطها بالمفاهيم التسويقية العلمية وحسب المستجدات البيئية، والمسؤولية الاجتماعية، ويتناول المساق العديد من الحالات الدراسية التسويقية لتمكن الطالب من تطبيق المناهج التسويقية التي تعلمها على واقع الحالات الدراسية.

اسم المساق: بحث تخرج	**رمز ورقم المساق: MKT 449**	**عدد الساعات المعتمدة: 3**
لغة التدريس: انجليزي		
المتطلب السابق: MKT240 MKT 300		

وصف المساق	يناقش هذا المساق إلى قياس مدى قدرة الطالب على تحليل المشكلات الإدارية والتسويقية، حيث يختار الطالب موضوعا بالاتفاق مع المشرف، ومن ثم يقوم الطالب بإعداد خطة البحث، وإجراء الدراسة، والتحليل ومن ثم مناقشة الطالب بطريقة يتفق فيها مع المشرف.

القسم: التسويق / الخطة الاسترشادية		البرنامج: بكالوريوس		التوقيع والختم الرسمي

السنة الدراسية الأولى – الفصل الأول

رمز ورقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات	المتطلب السابق
BA 101	مبادئ في الادارة (1)	3	
Econ101	اقتصاد كلي	3	
PA 130	ادارة عامة في الاردن	3	
	متطلب جامعة اجباري	3	
المجموع		12	

السنة الدراسية الأولى – الفصل الثاني

رمز ورقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات	المتطلب السابق
MKT 210	مبادئ في التسويق (1)	3	
BA 102	مبادئ في الادارة (2)	3	BA 101
STAT 107	الإحصاء لطلبة كلية الاقتصاد	3	
	متطلب جامعة اجباري	3	
	متطلب جامعة اختياري	3	
المجموع		15	

السنة الدراسية الثانية – الفصل الأول

رمز ورقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات	المتطلب السابق
MKT 211	مبادئ في التسويق (2)	3	MKT 210
ACC 101	مبادئ في المحاسبة (1)	3	
CSI 108	مهارات حاسوب (2)	3	
BF 210	مبادئ في المالية (1)	3	
	متطلب جامعة اجباري	3	
المجموع		15	

السنة الدراسية الثانية – الفصل الثاني

رمز ورقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات	المتطلب السابق
MKT 216	ادارة التجزئة	3	MKT 211
MKT 213	التسويق السياحي	3	MKT 211
MKT 215	التسويق الدولي	3	MKT 211
ECON105	مبادئ في الاقتصاد الرياضي	3	
	متطلب قسم اختياري	3	
	متطلب جامعة اجباري	3	
المجموع		18	

رمز الوثيقة	الخطة الدراسية	تاريخ اعتماد الوثيقة
AP02-PR04		

السنة الدراسية الثالثة – الفصل الأول			
رمز ورقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات	المتطلب السابق
	متطلب قسم اختياري	3	
MKT 300	اساليب البحث العلمي	3	
MKT 240	التسويق التحليلي	3	MKT 211
MKT 324	ادارة منتج	3	MKT 211
213BA	تحليل كمي	3	
	متطلب جامعة اختياري	3	
المجموع		18	

السنة الدراسية الثالثة – الفصل الثاني			
رمز ورقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات	المتطلب السابق
MKT 330	تسويق الخدمات	3	MKT 211
MKT 331	ادارة المبيعات	3	MKT 211
	متطلب قسم اختياري	3	
	متطلب جامعة اختياري	3	
341MKT	ادارة الترويج	3	MKT 211
MKT 342	التسويق الاجتماعي	3	MKT 211
المجموع		18	

السنة الدراسية الرابعة – الفصل الأول			
رمز ورقم المساق	اسم المساق	عدد الساعات	المتطلب السابق
441MKT	التسويق الالكتروني	3	MKT 211
442MKT	التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي	3	MKT441
	متطلب قسم اختياري	3	
421MKT	التسويق المستدام	3	MKT 211
	متطلب جامعة اختياري	3	
MKT422	ادارة التسويق	3	MKT 211
المجموع		18	

السنة الدراسية الرابعة – الفصل الثاني			
MKT 431	سلوك المستهلك	3	MKT 211
MKT 427	استراتيجيات التسويق	3	MKT 442
MKT 435	انظمة معلومات تسويقية	3	MKT 211
MKT 426	قنوات التوزيع	3	MKT 211
MKT 449	بحث التخرج	3	MKT 240 & MKT 200
	متطلب جامعة اختياري	3	
MKT 431	سلوك المستهلك	3	MKT 211
المجموع		18	