

دليل برنامج التسويق والتجارة الادارية

بكلية إدارة الأعمال

جامعة نجران

للعام الجامعي ١٤٤٦-١٤٤٧هـ

نبذة عن قسم التسويق والتجارة الإلكترونية

تأسس قسم التسويق والتجارة الإلكترونية في العام الدراسي ١٤٤٤ هـ. ويهدف القسم إلى تزويد الطلبة بمساحة واسعة متطورة، وحديثة من المعرفة، والمعلومات، كما يسعى إلى تطوير القدرات والمهارات العملية لدى الطلبة، بما يخدم مصلحة السوق المحلي، والخارجي بقطاعيه العام والخاص. وأولى القسم بكادره التدريسي جل اهتمامه للحفاظ على مستوى أكاديمي متميز والحفاظ على دور ريادي متقدم على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي من أجل إعداد الكفاءات الوطنية التي يحتاجها سوق العمل في مجال التخصص متخذاً من التميز شعاراً له في تأدية مهامه المختلفة. ويطمح القسم مستقبلاً إلى فتح برامج للماجستير والدكتوراه في مجالات التخصص خلال السنوات القادمة

رسالة البرنامج

" تأهيل الدارسين مهنيًا وأكاديميًا بمعارف ومهارات مميزة في مجال التسويق والتجارة الإلكترونية المختلفة والتميز بالبحث

العلمي وخدمة المجتمع "

تعليمنا يُحقق الرؤية

مؤشرات قياس أداء البرنامج

م	الرمز	مؤشر الأداء	المستوى المستهدف	طرق القياس	توقيت القياس
١	KPI-P - 01	تقويم الطلاب لجودة خبرات التعلم في البرنامج	٪٨٠	استطلاع	نهاية العام الدراسي
٢	KPI- P - 02	تقييم الطلاب لجودة المقررات	٪٨٠	استطلاع	نهاية الفصل الدراسي
٣	KPI- P - 03	معدل التخرج بالوقت المحدد	٪٥٠	معادلة	نهاية الفصل الدراسي
٤	KPI- P - 04	معدل استبقاء الطلاب في السنة الأولى	٪٨٠	معادلة	نهاية الفصل الدراسي
٥	KPI- P - 05	مستوى أداء الطلاب في الاختبارات المهنية و/أو الوطنية.	٪٧٠	تقرير	نهاية العام الدراسي
٦	KPI- P - 06	توظيف الخريجين والتحاقهم ببرامج الدراسات العليا	٪١٠	معادلة	نهاية الفصل الدراسي
٧	KPI- P - 07	تقويم جهات التوظيف لكفاءة خريجي البرنامج	٪٧٠	استطلاع	نهاية العام الدراسي
٨	KPI- P - 08	نسبة الطلاب الى هيئة التدريس	١٥:١	معادلة	نهاية الفصل الدراسي
٩	KPI- P - 09	النسبة المئوية للنشر العلمي لأعضاء هيئة التدريس.	٪٥٠	تقرير	نهاية الفصل الدراسي
١٠	KPI- P - 10	معدل البحوث المنشورة لكل عضو هيئة تدريس	١:١	معادلة	نهاية الفصل الدراسي
١١	KPI- P - 11	معدل الاقتباسات في المجلات المحكمة لكل عضو هيئة تدريس.	١٥:١	تقرير	نهاية العام الدراسي

متطلبات القبول بالبرنامج

يتطلب للقبول بالبرنامج ما يلي:

أولاً / شروط القبول العام للطلاب الجدد ببرنامج التسويق والتجارة الإلكترونية

- أن يستوفي الطالب شروط القبول العامة في الجامعة.

- أن يكون حاصلًا على الشهادة الثانوية أو ما يعادلها من داخل المملكة أو خارجها.

- ألا تقل النسبة الموزونة لطلاب المسار العلمي عن ٧٥%.

- ألا تقل النسبة الموزونة لطلاب المسار الأدبي عن ٨٠%.

ثانياً / شروط قبول الطلاب المحولين

- يشترط لقبول الطلاب الراغبين في التحويل من السنة التحضيرية أو من داخل كلية إدارة الأعمال ألا يقل معدل الطالب /

الطالبة عن 4 من ٥.

- يشترط لقبول الطلاب الراغبين في التحويل من الكليات الأخرى وتحديدًا التخصصات العلمية ألا يقل معدل الطالب / الطالبة

عن ٤ من ٥.

- يشترط لقبول الطلاب الراغبين في التحويل من الكليات الأخرى في جامعة نجران وتحديدًا التخصصات النظرية ألا يقل معدل

الطالب / الطالبة من 4 من ٥.

- يشترط ألا يتعدى الطالب المتقدم للتحويل من الكليات الأخرى في جامعة نجران إلى قسم التسويق والتجارة الإلكترونية أكثر من

ثلاث مستويات دراسية.



ثالثاً / شروط قبول الطلاب المجسرين من الكلية التطبيقية بجامعة نجران

- يشترط أن يكون التيسير فقط لطلاب وطالبات قسم العلوم الإدارية – إدارة أعمال أو تسويق.

- يشترط لتيسير طلاب الدبلوم الذين أتموا سنتين ألا يقل المعدل التراكمي عن ٤.

- يشترط لتيسير الطلاب المتفوقين والذين أكملوا عام دراسي في الدبلوم ألا يقل المعدل عن ٤,٥.

- الحد الأعلى لقبول الطلاب المجسرين: ٤٠ طالب , ٤٠ طالبة.

- الحد الأعلى لقبول الطلاب المحولين: ٤٠ / ٤٠.

مدة الدراسة والدرجة العلمية

مدة الدراسة بالبرنامج أربع سنوات دراسية موزعة على ثمان مستويات دراسية، يمنح الطالب بعد نجاحه فيها درجة البكالوريوس في التسويق والتجارة الالكترونية، بقرار من مجلس جامعة نجران، بناء على توصية من مجلس كلية إدارة الأعمال. خصائص خريجي البرنامج (التسويق والتجارة الالكترونية)

يتوقع من خريجي البرنامج اتصافهم بالخصائص التالية :

- 1- امتلاك المعارف و المهارات النوعية في مجال التسويق و التجارة الإلكترونية.
- 2- المقدرة المتطورة على التفكير الناقد و حل المشكلات في مجال التسويق و التجارة الإلكترونية.
- 3- التمسك بالهوية الوطنية و القيم الإسلامية.
- 4- المقدرة على قيادة الفريق و العمل بفاعلية مع الآخرين في بيئات ثقافية متنوعة.
- 5- إظهار المسؤولية عن التصرفات و القرارات في العمل وفق معايير أخلاقية.
- 6- المقدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل فعال و التواصل الإيجابي مع الآخرين.
- 7- تحمل مسؤولية التعلم الذاتي و التطوير المهني بما يعزز جودة الحياة لديه.

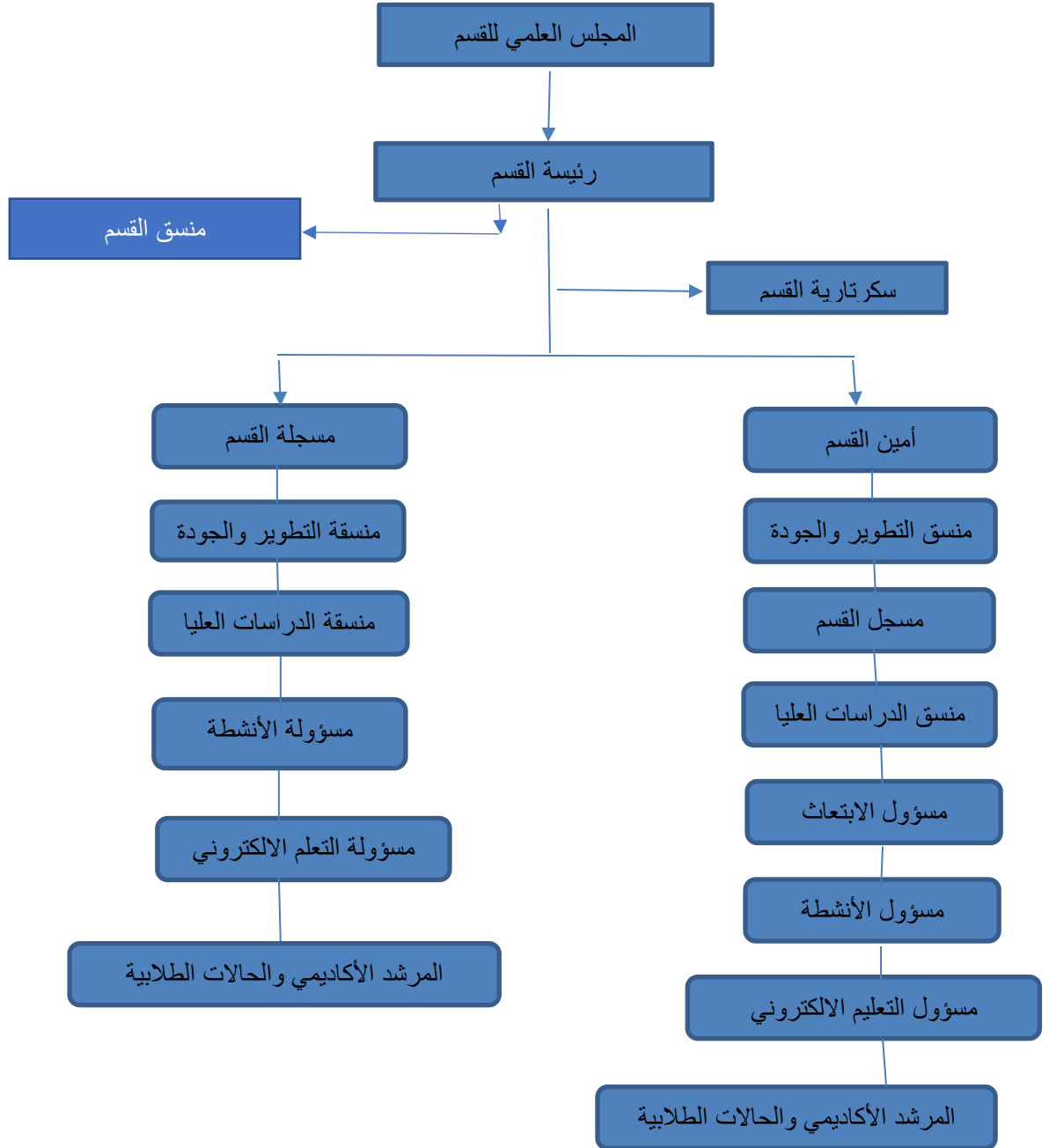
تم اعلان خصائص خريجي قسم التسويق والتجارة الالكترونية على الموقع الالكتروني للقسم حسب الرابط التالي:

<https://adsc.nu.edu.sa/%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B1%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D9%864>

خصائص خريجي جامعة نجران

م	الخاصية	وصف الخاصية يمتاز خريج جامعة نجران بما يلي:
١	متخصص متطور	شمولية وعمق معرفته المتخصصة، وتعددتها، واتساعها. ممارسته للمهارات الإدراكية والحركية واليدوية المتخصصة بنفسه دون الحاجة إلى توجيه
٢	باحث ناقد	تطبيقه للمهارات البحثية، واستخدامه لمهارات التفكير الناقد والاستقصاء وحل المشكلات بطريقة علمية ناقدة.
٣	مبادر مبدع	قدرته على تقديم المبادرات التطويرية، وحل المشكلات بطريقة إبداعية.
٤	ممارس رقمي	فاعلية استخدامه للتقنية المعلومات والاتصال والمهارات العددية.
٥	متواصل فعال	قدرته على التواصل الكتابي واللفظي بلغة سليمة والتواصل لغير اللفظي بفاعلية للتأثير في الآخرين. مشاركته الفعالة ضمن فرق العمل، وقدرته على اتخاذ القرار.
٦	مواطن مسؤول	التزامه بالقيم الدينية والوطنية وأخلاقيات العمل ومشاركته الإيجابية في الأعمال التطوعية والفاعليات المجتمعية.
٧	ريادي طموح	قدرته على التطوير الذاتي وزيادة الأعمال بما يمكنه من تعزيز فرص حصوله على عمل.

الخريطة التنظيمية للبرنامج





متطلبات الحصول على الدرجة العلمية

تطلب للحصول على درجة البكالوريوس في التسويق والتجارة الالكترونية أن ينهي الطالب متطلبات الجامعة والبرنامج، والتي تبلغ مجموع ساعاتها 124 ساعة معتمدة، موزعة على المقررات المدرجة في الخطة الدراسية.

مجالات العمل لخريج البرنامج

يمكن لخريج برنامج التسويق والتجارة الالكترونية العمل في أحد المجالات الآتية:

- القطاع العام (الجامعات والمعاهد والكليات الحكومية)
- القطاع الخاص (الشركات والمؤسسات التجارية)
- المشاريع الخاصة (المشاريع الصغيرة والمتوسطة)

كمتخصصين في التسويق الرقمي، مدراء مبيعات وتوزيع، مدراء اعلان وترويج، مدراء اقسام التجزئة والجملة، مدراء خدمات ما بعد البيع، متخصصي بحوث تسويق، مدراء تسويق في منظمات غير ربحية، مدراء علاقات عامة، مندوبي مبيعات، استشاري تجارة الكترونية، محلي مبيعات، مدراء مخازن ومستودعات



نواتج التعلم التي يكتسبها خريج البرنامج

يكتسب خريج برنامج التسويق والتجارة الالكترونية مجموعة من نواتج التعلم على النحو الآتي:

المعرفة والفهم	
يعرف المفاهيم اللغوية والعددية والحاسوبية، وأساسيات التواصل والتفكير المرتبطة بالتخصص إضافة لأساسيات الثقافة الاسلامية.	١٤
يحدد المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمجالات ذات الصلة بالتخصصات الإدارية والمالية والمحاسبية والقانونية والاقتصادية والمصطلحات الإدارية والاقتصادية المرتبطة بها.	٢٤
يذكر النظريات والمفاهيم الاساسية في مجالات التسويق والتجارة الالكترونية المختلفة بما يعزز المركز التنافسي للشركة.	٣٤
المهارات	
يطبق المهارات اللغوية والعددية والمحاسبية والإدارية والاقتصادية والثقافية ومهارات الحاسب والتفكير والتواصل في المجالات المرتبطة بتخصص التسويق.	١٣
يحلل المداخل والاتجاهات المختلفة في مجالات التسويق والتجارة الالكترونية.	٢٣
يقترح الحلول للمشاكل والمعوقات التسويقية المختلفة.	٣٣
القيم والاستقلالية والمسؤولية	
يعمل ضمن فريق سواء كان قياديا او عضواً فيه.	١ق
يظهر القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كان ذلك بشكل فردي او ضمن فريق.	٢ق
يلتزم بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	٣ق

الهيكل العام للخطة الدراسية

النسبة المئوية	الساعات المعتمدة	عدد المقررات	إجباري / اختياري	مكونات الخطة الدراسية
٨%	١٠	٥	إجباري	متطلبات الجامعة
٥%	٦	٣	اختياري	
٢٩%	٣٥	١٢	إجباري	متطلبات الكلية
	-	-	اختياري	
٥٢%	٦٤	٢٣	إجباري	متطلبات البرنامج
٣%	٤	٢	اختياري	
				مشروع التخرج
٣%	٤	١		التدريب الميداني
				سنة الامتياز
				أخرى
١٠٠%	١٢٣	٤٦		الإجمالي

الخطة الدراسية التفصيلية

المستوى	رمز المقرر	اسم المقرر	إجباري أو اختياري	المتطلبات السابقة	الساعات المعتمدة	نوع المتطلب (جامعة / كلية)
المستوى 1	١٠٥- ريز ٣-	الرياضيات الإدارية	اجباري	١٠٥ احص-٣	3	متطلب كلية
	١٠١- تسق- ٣	مبادئ التسويق	اجباري	-	3	متطلب كلية
		مقرر اختياري (مجموعة ١)	اجباري	-	2	متطلب جامعة اختياري
	١٠١ نال - ٢	المهارات الرقمية	اختياري	-	2	متطلب جامعة إجباري
	١٠٢ - تسق-3	سلوك المستهلك	اجباري	١٠١-تسق-٣	3	متطلب تخصص إجباري
	٢٠٦ - تسق-3	الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة	اجباري	١٠١-تسق-٣	3	متطلب تخصص إجباري
	٣٢٤-تسق- 2	مصطلحات في التسويق والتجارة الالكترونية باللغة الانجليزية	اجباري		2	متطلب نخصص إجباري
		المجموع			18	
المستوى 2	١٠٢ وطن ٢-	الهوية الوطنية	اجباري	-	2	متطلب جامعة إجباري
	١١١-قن ٢-	المدخل إلى القانون	اجباري		2	متطلب كلية
	١١١-عمل ٣-	مبادئ الإدارة	اجباري	-	3	متطلب كلية
		مقرر اختياري (مجموعة ١)	اختياري	-	2	متطلب جامعة اختياري
	٢١١ تسق ٣-	التسويق الرقمي	اجباري	١٠١-تسق-٣	3	متطلب تخصص إجباري
	٣٠٨-تسق- ٢	إدارة العلاقات التسويقية	اجباري		2	متطلب تخصص إجباري

نوع المتطلب (جامعة /)	الساعات المعتمدة	المتطلبات السابقة	إجباري أو اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
متطلب تخصص إجباري	3		اجباري	تسويق الخدمات	٢٠٧-تسق-٣	
	17			المجموع		
متطلب جامعة إجباري	2	-	اجباري	ثقافة المسلم (١)	١١١-ثقف-٢	المستوى 3
متطلب كلية	2		اجباري	اللغة الإنجليزية للأعمال	١٥١-نجل-٢	
متطلب كلية	3		اجباري	مبادئ المحاسبة (1)	١٠١-حسب-٣	
متطلب جامعة اختياري	2	١٠١-تسق-٣	اختياري	مقرر اختياري (مجموعة ١)		
متطلب تخصص إجباري	3	١٠١-تسق-٣	اجباري	إدارة قنوات التوزيع	١٠٤-تسق-٣	
متطلب تخصص إجباري	3		اجباري	التجارة الإلكترونية	١٠٥-تسق-3	
متطلب تخصص إجباري	2	١٠١-تسق-٣	اجباري	سياسات التسعير	٤٠٩-تسق-٢	
	17			المجموع		
متطلب جامعة إجباري	2	٢١٢-ثقف-٢	اجباري	ثقافة المسلم (٢)	٢١٢-ثقف-٢	المستوى 4
متطلب كلية	٣		اجباري	مبادئ اقتصاد	٣١١-قصد-٣	
متطلب كلية	3	٢٤١-عمل-٣	اجباري	بحوث العمليات	٢٤٢-عمل-٣	
متطلب جامعة إجباري	2		اختياري	مهارات الاتصال	١١٢-عمل-٢	
متطلب تخصص إجباري	2	١٠١-تسق-٣	جباري	التسويق السياحي	٣٢٣-تسق-2	
متطلب تخصص إجباري	3	١٠١-تسق-٣	جباري	إدارة التسويق	٣٠٩-تسق-3	
	١٥			المجموع		
متطلب كلية	3		اجباري	مبادئ الإحصاء	١١١-احص-٣	المستوى ٥

نوع المتطلب (جامعة /)	الساعات المعتمدة	المتطلبات السابقة	إجباري أو اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
متطلب كلية	3		اجباري	الإدارة المالية	٢٦٢- مال - ٣	المستوى ٥
متطلب جامعة اجباري	2		اجباري	المهارات اللغوية والكتابية	١٠١- عرب - ٢	
متطلب تخصص إجباري	٢	١٠١- تسق- ٣	اجباري	التسويق الاستراتيجي	٤١٤- تسق- 2	
متطلب تخصص إجباري	3	١٠١- تسق- ٣	اجباري	الترويج الإلكتروني والتقليدي	٣١٦- تسق- ٣	
متطلب تخصص إجباري	3		اجباري	إدارة العمليات	٢٤١- عمل- ٣	
متطلب تخصص إجباري	٣	١٠١- تسق- ٣	إجباري	إدارة التجزئة	٤٢٦- تسق- ٣	
	١٩			المجموع		
متطلب تخصص إجباري	3	١٠١- تسق- ٣	اجباري	إدارة العلامة التجارية	٢٠١- تسق- 3	المستوى ٦
متطلب كلية	2		اختياري	الريادة في الأعمال	٢٦١ - عمل - ٢	
متطلب تخصص اختياري	٢		اجباري	مقرر اختياري (مجموعة ٢)		
متطلب تخصص إجباري	٢		اجباري	قانون التجارة الإلكترونية	٣٢٢- قان- ٢	
متطلب تخصص إجباري	٣	١٠١- تسق- ٣	اختياري	إدارة المبيعات	٤٠٧- تسق- ٣	
متطلب كلية	٣		اجباري	إدارة الموارد البشرية	١١١- بشر- ٣	
متطلب تخصص إجباري	2	٣٠٩- تسق- ٣	اجباري	بحوث التسويق	٤٢٥- تسق- 2	
	١٧	-		المجموع		
متطلب تخصص إجباري	3	-	اجباري	التسويق الدولي	٤١١- تسق- 3	المستوى ٧
متطلب كلية	3	-	اجباري	الإدارة الاستراتيجية	٤١٩- عمل - ٣	

نوع المتطلب (جامعة /	الساعات المعتمدة	المتطلبات السابقة	إجباري أو اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
متطلب تخصص إجباري	2		اجباري	نظم معلومات التسويق	٣١٩-تسق- 2	
متطلب تخصص إجباري	3	-	اجباري	مناهج البحث العلمي	٣٢٣-تسق- 3	
متطلب تخصص إجباري	3	٢٠٦ - تسق-٣	اجباري	التسويق عبر الشبكات الاجتماعية	٤١٥-تسق- 3	
متطلب تخصص اختياري	2		اختياري	مقرر اختياري (مجموعة ٢)		
	١٦			المجموع		
متطلب تخصص إجباري	٤	إكمال جميع المقررات السابقة	اجباري	التدريب التعاوني	٤٣١-تسق- ٤-	المستوى ٨
	٤			المجموع		



التعريف بالمقررات الدراسية

ملخص مقررات المستوى الأول

الرياضيات الادارية ١٠٥ - رياض ٣

يتضمن دراسة: مبادئ المجموعات والعمليات الجبرية والمنتاليات وحل المعادلات والمتباينات ويعرف الطالب بأنواع الاقترانان

والتكامل والتفاضل والمصفوفات والمحددات وتطبيقاتهم في العلوم الادارية

مبادئ التسويق ١٠١ تسق-٣

يتضمن دراسة: استعراضا عاما لنشاط التسويق داخل المنشأة موضحا من خلاله وظائف التسويق وعناصر المزيج التسويقي

والبيئة التسويقية. كما يستعرض المقرر مفهوم تجزئة السوق وأسسها، السلوك الشرائي للمستهلك، قرارات المنتجات، مراحل

تطوير المنتجات الجديدة وغيرها من الموضوعات الأخرى في مجال التسويق.

المهارات الرقمية ١٠١ نال-٢

يتضمن دراسة: المهارات الاساسية التي ينبغي أن يتقنها الطالب للتعامل بفاعلية مع الحاسب الآلي وذلك من خلال التعرف على

مكونات الحاسب الاساسية ووظائف هذه المكونات وكيفية عملها. كما يتمكن الطالب بعد إتقان هذه المهارات من إنجاز الاعمال

من خلال التطبيقات الاساسية للحاسب الآلي، كما يسلط المقرر الضوء على التعلم الإلكتروني وكيفية التعامل مع تطبيقاته.

بالإضافة إلى المفاهيم الاساسية لأمن المعلومات واجراءات حمايتها. ويختم المقرر محتوياته بتوضيح أخلاقيات التعامل مع

الحاسب الآلي.

سلوك المستهلك ١٠٢ تسق-٣

يصف هذا المقرر مفهوم سلوك المستهلك وأهمية دراسته بالنسبة للمنظمات الصناعية والخدمية وخطوات عملية صنع القرار الشرائي والعوامل المؤثرة على السلوك الشرائي وأنواع السلوك الشرائي، وحاجات المستهلك ودوافعه وعمليات تشكيل الاتجاهات والقيم والادراك وغيرها من الموضوعات الأخرى، مع استعراض بعض الأمثلة والحالات العملية في هذا المجال

الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة ٢٠٦ تسق-٣

يتضمن دراسة: يتناول هذا المقرر مقدمة في الاتصالات التسويقية مفهومها وعناصر المزيج التسويقي ومزاياها ومعوقات وسلبيات استخدامها، والاتصالات التسويقية والمسؤولية الاجتماعية و، وميزانية الاتصالات التسويقية.

مصطلحات في التسويق والتجارة الالكترونية باللغة الإنجليزية ٣٢٤ تسق-٢

يتضمن المقرر: أهم المصطلحات الإنجليزية في مجال التسويق ويضعها في سياقات مختلفة وفق الأطر والمواضيع الأكاديمية ضمن هذا التخصص.

المقررات-الاختيارية

مقرر اختياري (المجموعة الأولى) متطلبات الجامعة

المنطق والتفكير الناقد ٣٣٤ نفس-٢

يتضمن دراسة: مجموعة من التعريفات التي تتناول المنطق وتطبيقاته في الحياة اليومية، وكذلك علاقة المنطق بالتفكير، والقضايا المنطقية وتطبيقاتها، والاستدلال المنطقي واستخدامه في واقع الحياة بأنواعه المختلفة، كما يتضمن التفكير الناقد ومهاراته وخطواته واستخداماته في مواقف مختلفة.



الامن السيبراني ١٦١ نال-٢

يتضمن دراسة: يركز هذا المقرر على مبادئ الأمن السيبراني متطلب مسار السنة الأولى المستوى الأول يغطي المقرر نطاقا واسعا من جوانب الأمن السيبراني التقنية الأمنية الإدارية و التقنية مثل علم التشفير و أمن الشبكات وأنظمة الحماية، إضافة والإدارية. كما يتطرق إلى مجموعة من الموضوعات الإدارية في الأمن السيبراني، وسياساته وأخلاقياته إلى الموضوعات الإدارية في الأمن السيبراني مثل خصائص واستراتيجيات وخطط الطوارئ، حيث يقدم هذا المقرر أحدث وأهم المواضيع لفهم الأمن السيبراني.

ملخص مقررات المستوى الثاني

الهوية الوطنية ١٠٢ أوطن-٢

يتضمن دراسة: تعزيز شخصية الطالب وبناء كفاءته بإكسابه المعارف والمهارات وتعليمه القيم والمبادئ التي يقوم عليها وطننا ومساعدة الطلاب على تطوير مهارات التفكير العليا مثل الفهم والتطبيق والتحليل والتقويم والإبداع وتنمية القدرات من أجل المشاركة في المجتمع بكفاءة وفاعلية

المدخل إلى القانون ١١١ قان-٢

يتضمن دراسة: التعريف الفكرتين الأساسيتين في علم الانظمة وهما: النظام والحق، فالقسم الاول من المقرر يشكل مدخل إلى نظرية النظام ويتضمن دراسة: تعريف القاعدة النظامية وخصائصها وأقسامها ومصادرها ونطاق تطبيقها وتفسيرها وإلغائها. والقسم الثاني يشكل مدخلا إلى نظرية الحق ويتضمن دراسة: تعريف الحق ومصادرها وأقسامه وأركانه وأشخاصه ومحلّه، استعمال الحق وإثباته وحمايته وانقضاؤه. تدرس هذه المفردات مقارنة بأحكام الشريعة الإسلامية.

مبادئ الإدارة ١١١ عمل-٣

تعليمنا يُحقق الرؤية



يتضمن دراسة: المدخل إلى علم الإدارة، دور الإدارة وتعريفها ومهاراتها، وظائف الإدارة ومجالاتها وعلاقتها بالعلوم الأخرى

وجذورها الرئيسية، مدارس الفكر الإداري، وظائف الإدارة (التخطيط، اتخاذ القرار، التنظيم، الاتصال، التوجيه والقيادة، الرقابة

الإدارية)، منظمات الأعمال..

التسويق الرقمي ٢١١ نسق-٣

يتضمن دراسة: كيفية انشاء المحتوى الالكتروني وتنظيمه والترويج له والتصميم الجيد لمواقع الويب وكيفية تحسينها،

بالإضافة إلى التسويق عبر البريد الالكتروني وتحسين محركات البحث واستراتيجية التسويق الرقمي.

إدارة العلاقات التسويقية ٣٠٨ نسق-٢

يتضمن هذا المقرر: تقديم فكرة شاملة عن استراتيجيات وتطبيقات إدارة علاقات العملاء عن طريق تصميم قاعدة بيانات

مفصلة عن العميل وآليات إقامة علاقات طويلة الأمد بهدف الحفاظ على العملاء وخلق حالة من الولاء للمؤسسة للحفاظ على

العملاء الحاليين واكتساب عملاء جدد وأيضاً تحقيق التميز أمام المنافسين

تسويق الخدمات ٢٠٧ نسق-٣

يتضمن دراسة: الخدمات وأنواعه وخصائصه والفرق بينه وبين السلع الاستهلاكية، وعناصر المزيج التسويقي الخدمي

واستراتيجية تسويق الخدمات والسلوك الشرائي للخدمات، مع استعراض بعض الأمثلة في هذا المجال.

المقررات الاختيارية

مقرر اختياري (المجموعة الأولى) متطلبات الجامعة

العمل التطوعي والمسؤولية المجتمعية ٤١٦ ترب-٢

يتضمن دراسة: تعزيز روح العمل التطوعي والمسؤولية المجتمعية لطلبة الجامعة بشكل مؤسسي يساهم في تطوير الأدوار المجتمعية للجامعة، وإكسابهم المعارف والمهارات والقيم الداعمة للعمل التطوعي، وتمكينهم من القيام بمسئولياتهم الوطنية تجاه مجتمعهم ل مساهمة في تحقيق التنمية المستدامة ورؤية المملكة ٢٠٣٠.

أخلاقيات المهنة ١٠١ عمل-٢

يتضمن دراسة: الأساسيات المتعلقة بمفاهيم الاخلاق بشكل عام ومسئولية الاجتماعية واخلاقيات الاعمال في إطار أنشطة المنظمة.

ملخص مقررات المستوى الثالث

ثقافة المسلم (١) ١١١ ثقف-٢

يتضمن المقرر: مدخل يتضمن مفهوم الثقافة الاسلامية وأهدافها وخصائصها وموضوعاتها، والتحديات التي تواجهها.

اللغة الانجليزية للاعمال ١٥١ انج-٢

يتضمن دراسة: تزويد الطالبة بالمبادئ الأساسية في المجالات المختلفة في إدارة الأعمال باللغة الانجليزية، إذ تعتبر اللغة الانجليزية اللغة الرائدة في مجال الإدارة هذا بالإضافة إلى أن أغلبية المراجع في هذا المجال قد أصبحت باللغة الانجليزية.

مبادئ المحاسبة (١) ١٠١ حسب-٣

يتضمن دراسة: الإطار النظري للمحاسبة والمصطلحات المحاسبية، وتنمية قدرات الطالب على كيفية القيام بعملية تسجيل

العمليات المالية وإعداد ميزان المراجعة والقوائم المالية في المنشآت الخدمية والتجارية.

إدارة قنوات التوزيع ١٠٤ تسق-٣

يتضمن دراسة: تعريف الطالب بمفهوم قنوات التوزيع ومؤسساتها وإدارة القنوات التسويقية والمزيج التسويقي وإدارة التوزيع

المادي وإدارة الصراع داخل قنوات التسويق وقنوات تسويق الخدمات وقنوات التسويق الدولية.

التجارة الإلكترونية ١٠٥ تسق-٣

يتضمن دراسة: التعريف بالتجارة الالكترونية واهدافها واركائها ومعالمها، البنية الارتكازية للتجارة الالكترونية: انترنت،

وانترنت ٢، انماط التجارة الالكترونية وفرصها وتحدياتها، التجارة الالكترونية من خلال التسويق الالكتروني، الاعلانات

الالكترونية والنشر الالكتروني من تطبيقات التجارة الالكترونية، الحكومة الالكترونية والتعليم الالكتروني، والسياحة الالكترونية

والحجوزات الالكترونية وتطبيقات تجارة الكترونية اخرى.

سياسات التسعير ٤٠٩ تسق-٢

يتضمن دراسة: عملية التسعير وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك ونظرياته وخطواته وكذلك عملية تسعير الخدمات و

التسعير في الأسواق الدولية والصناعية.



المقررات-الاختيارية

مقرر اختياري (المجموعة الأولى) متطلبات الجامعة

قيم النزاهة ١٦ نظم-٢

يتضمن دراسة: دراسة قيم النزاهة وطرق مكافحة الفساد، وأهدافها، ودواعي تعزيزها، وأثر تطبيقها على المجتمع والوظيفة العامة، والتعرف على الجهات الرقابية في المملكة العربية السعودية المنوط بها مكافحة الفساد، وما دور الفرد والمجتمع السعودي، والمؤسسات الحكومية في تعزيز قيم النزاهة والتعاون في مكافحة الفساد

اللغة الانجليزية للأغراض الأكاديمية ١١١ انج -٢

This course further develops students' command of English by empowering them to begin learning Academic English in an independent manner so that they become capable of employing and using more complex structures in academic reading/writing, listening/speaking skills.

ملخص مقررات المستوى الرابع

ثقافة المسلم (٢) ٢١٢ ثقف - ٢

يتضمن دراسة: يتضمن المقرر دراسة مجالات الثقافة الاسلامية، من خلال دراسة مفهومها ومصادرها وأسسها ومجالاتها وأثرها، وبيان النظم الاسلامية الرئيسية..

مبادئ اقتصاد ٣١١ قصد- ٣

يتضمن دراسة: مقدمة في علم الاقتصاد، نظرية العرض والطلب، نظرية السعر، نظرية الطلب وتوازن الاستهلاك، نظرية الإنتاج، هيكل الأسواق، نظرية التوزيع، قياس النشاط الاقتصادي، مصادر الطلب الكلي وأنواعها، البطالة والتضخم، السياسة النقدية والمالية، أمثلة وتدريبات عملية. تدرس هذه المفردات مقارنة بأحكام الشريعة الإسلامية.

بحوث العمليات ٢٤٢ عمل- ٣

يتضمن دراسة: تطوير قدرة الطالب في تطبيق الاسس النظرية والتطبيقية للأساليب الكمية اللازمة لاتخاذ قرارات ادارية مدعمة بمعلومات كمية.

مهارات الاتصال ١١٢ عمل- ٢

يتضمن دراسة: مفهوم الاتصال، مكونات عناصر الاتصال ومراحله ووسائله وأنواع الاتصال، معوقات الاتصال وطرق التغلب عليها، الاتصال في بيئة العمل، مهارات الاتصال الفردية والجماعية، الاتصال غير اللفظي، مهارات الاتصال الفعال، مهارات الاتصال النظامية مع الموكلين والمدعين، أمثلة وتدريبات عملية.

التسويق السياحي ٣٢٣ تسق- ٢

تعليمنا يُحقق الرؤية



يتضمن المقرر: التعريف بالمدخل الحديثة لتسويق الخدمات. وبشكل خاص الخدمات السياحية وتأثيرها بالبيئة، عناصر المزيج التسويقي المتمثلة بالمنتج السياحي والسعر و منافذ التوزيع والترويج لموجه باتجاه السائح وكيفية استغلالها بالشكل الأمثل لإشباع رغبات وحاجات السياح وتحقيق ربحية معقولة ، وهذا يتم في القطاع الحيوي الذي يساهم مساهمة فعالة في الاقتصاد من خلال وضع استراتيجية تسويقية شاملة.

إدارة التسويق ٣٠٩ تسوق - ٣

يتضمن دراسة: مفهوم إدارة التسويق وأهميته ومدى حاجة منظمات الأعمال إليه في تحقيق أهدافها، موضحا الاستراتيجيات والخطط التي تضعها الإدارة من أجل تسويق منتجات المنظمات في الأسواق المحلية والدولية. كما يصف المقرر الأنشطة البحثية التي تقوم بها إدارة التسويق والهادفة إلى التعرف على احتياجات ورغبات الزبائن من اجل تقديم المنتجات والخدمات التي تشبع هذه الحاجات والرغبات، مع تقديم بعض الأمثلة الواقعية في هذا المجال.

ملخص مقررات المستوى الخامس

مبادئ الإحصاء ١١١ احص - ٣

يتضمن دراسة:

- معرفة المفاهيم الأساسية في علم الإحصاء والاحتمالات. -
- فهم وتطبيق المقاييس المختلفة في علم الإحصاء والاحتمالات.
- تحليل وتفسير البيانات الوصفية الإحصائية والوصول إلى النتائج.

الإدارة المالية ٢٦٢ مال - ٣

يتضمن دراسة: بتعريف الطالب بمفاهيم الإدارة المالية، والقيمة الزمنية للنقود، وتحليل التعادل، بالإضافة للرافعة التشغيلية والمالية، بالإضافة للعائد والمخاطرة للبدائل الاستثمارية، ومقدمة عن الأسواق المالية والمحفظة الاستثمارية، وقرارات الموازنة الرأسمالية وأهميتها وطرق تقييمها.

المهارات اللغوية والكتابية ١٠١ عرب - ٢

يتضمن دراسة: كل ما يمكن الطالب من قواعد اللغة العربية، والتعبير السليم كتابيا بحيث يكون خالي من الأخطاء الامانية والاسلوبية وبعيدا عن الأخطاء الشائعة ابن جنيا بن الأثير.

التسويق الاستراتيجي ٤١٤ تسق - ٢

يتضمن دراسة: المفاهيم الأساسية للتسويق الاستراتيجي، مع التركيز على التحليل الوقي الاستراتيجي، وكيفية تخطيط وحدات العمل مع مناقشة أدوات التحليل الاستراتيجي وعرض التحليل المالي ودراسة إستراتيجية السوق المستهدفة، أخذًا في الاعتبار إستراتيجيات المزيج التسويقي، وكيفية وضع خطوات وإعداد خطة التسويق الإستراتيجية.

الترويج الإلكتروني والتقليدي ٣١٦ تسق - ٣



يتضمن دراسة: توضيح التأثير المتزايد لتقنيات عناصر المزيج الترويجي (الإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات، والعلاقات العامة والدعاية) على عملية البيع والشراء في عصر صارت فيه التقنيات مثل الإنترنت تلعب دوراً حاسماً في التأثير على رؤيتنا للأشياء من حولنا، كذلك التعرف على طبيعة المستهلكين الذين تستهدفهم النشاطات الترويجية المختلفة سواء كانت إلكترونية أم تقليدية، وكيفية قيامهم بعملية الشراء.

إدارة العمليات ٢٤١ عمل-٣

يتضمن دراسة: التعرف على الممارسات الحالية لإدارة العمليات الانتاجية في الشركات ومؤسسات العمل الانتاجية، لذلك يجب عمل الاتي:
عمل زيارات ميدانية تثقيفية للطلاب لبعض شركات الانتاج بالمنطقة للوقوف على الواقع العملي لإدارة العمليات فيها.
عمل ورش عمل وجلسات العصف الذهني للطلاب عن حلقات السيطرة النوعية ونظم الجودة الشاملة في الانتاج.
توفير قاعات حاسوب مفتوحة للطلاب للتدريب العملي للطلاب على استخدام الحاسوب في تخطيط المشروعات

إدارة التجزئة ٢٦٤ تسق-٣

يتضمن دراسة: المفاهيم الرئيسية في مجال قطاع تجارة التجزئة وإبراز أهم سماته وأهميته كقطاع من قطاعات النشاط الاقتصادي. فيشمل وصفا لمنشآت التجزئة وأهميتها.



ملخص مقررات المستوى السادس

إدارة العلامة التجارية ٢٠١ تسق-٣

يتضمن دراسة: أهم المفاهيم للهوية والعلامة التجارية وأهمية العلامات التجارية ودورها في نشاط التسويق وأهم العوامل الرئيسية في بناء وتصميم وقياس وإدارة العلامات التجارية للمنظمة ككل أو للمنتجات المختلفة إضافة إلى تقديم المهارات الأساسية في اختيار العلامات التجارية واستنباطها من رؤية ورسالة المنظمة.

الريادة في الاعمال ٢٦١ عمل-٢

يتضمن دراسة: لتعريف الطالب بأساسيات ريادة الأعمال عبر تناول أساسيات ريادة الأعمال، وخصائص رائد الأعمال، والتميز بين الإبداع والابتكار وريادة الأعمال، وشرح محفزات الإبداع والابتكار، وتناول كيفية تحويل الأفكار إلى مشاريع وتوضيح علاقة ريادة الأعمال و المنشآت الصغيرة، واستعراض نجاح و فشل المنشآت الصغيرة، وتبيان خطة العمل، وتوضيح دور فريق الادارة والمحاسبة والتسويق، وكيفية تمويل المشروع، والخطة التشغيلية، اضافة لمتطلبات النجاح في سوق العمل.

قانون التجارة الإلكترونية ٣٢٢ قان-٢

يتضمن دراسة: ماهية التجارة الإلكترونية، مصطلحات التجارة الإلكترونية، أنواع التجارة الإلكترونية، مراحل التجارة الإلكترونية، انعقاد التعاملات الإلكترونية، تعريف التوقيع الإلكتروني وأنواعه وصوره، حجية التوقيع الإلكتروني، إشكالات

التجارة الإلكترونية

إدارة المبيعات ٤٠٧ تسق-٣

يتضمن دراسة: تعريف الطالب بأساسيات إدارة المبيعات وبالوظائف والمهام والأنشطة التي تقوم بها إدارة المبيعات وعلاقتها مع الإدارات الأخرى داخل المنظمة وكيف تقوم بتخطيط وتنظيم أنشطتها البيعية وتراقب على الأداء البيعي وتدير القوى البيعية

التابعة لها.

تعليمنا يُحقق الرؤية



إدارة الموارد البشرية ١١ بشر-٣

يتضمن المقرر: تكوين فكرة شاملة عن إدارة الموارد البشرية في منظمات الأعمال المختلفة، من خلال التركيز على دراسة مفهوم إدارة الموارد البشرية وأهدافها ووظائفها، بما في ذلك دور إدارات الموارد البشرية في التعامل مع المورد البشري. والأساليب المستخدمة لتوفير الأفراد الأكفاء، والإبقاء عليهم وتنمية مهاراتهم، وتوفير المناخ المناسب لهم لأداء واجباتهم على أفضل وجه. والقضايا والمشكلات وكيفية التغلب عليها، إضافة إلى التعريف بأنشطة إدارة الموارد البشرية.

بحوث التسويق ٢٥ تسق-٢

يتضمن دراسة: تعريف بحوث التسويق، وأهميته لمتخذ القرار التسويقي في منظمات الأعمال الربحية وغير الربحية، والعمليات الخاصة بتنظيم بحوث التسويق، إضافة إلى أنواع البحوث التسويقية المستخدمة وتصنيفاتها المختلفة وأدوات جمع البيانات الأولية والثانوية، العينات وأنواعها. إضافة إلى مراحل إعداد البحث التسويقي بدءاً من تحديد وصياغة المشكلة والفرضيات وصياغة الإطار النظري والتحليل والبيانات اللازمة لإتمام البحث التسويقي ومصادرها، واستخدام المنهج العلمي في إدارتها، ومعرفة آليات القياس المستخدمة في التحليل وكتابة التقرير النهائي.



المقررات-الاختيارية

مقرر اختياري (المجموعة الثانية) متطلبات التخصص

أسس الاعلان ٢٤١ تسق-٢

يتضمن دراسة: تعريف الطالب بالجوانب الأساسية للعملية الإعلانية، و تزويد الطالب بالأصول العلمية و القواعد المهنية في تصميم الإعلان، و تعريف الطالب بالجوانب الفنية للإعلان التجاري و محتوى الإعلان و الكيفية التي يؤثر بها، و إكساب الطالب مهارات البحوث و الاختبارات اللازمة في مجال الإعلان و تعريف الطالب بوكالات الإعلان و بالإعلان في المنظمات الربحية.

التسويق الرياضي ٢٤٢ تسق-٢

يتضمن دراسة: التعريف بالمفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالتسويق وأهدافه وبشكل خاص فيما يتعلق بالمجال الرياضي. كما يركز على الجوانب المؤثرة في سلوك المستهلك في السوق الرياضي والية اتخاذ القرار. إضافة إلى ذلك يسعى المقرر إمام الطالب بطرق تقسيم عملاء السوق وتحديد الفئة المستهدفة تبعاً للصفات السكانية والاجتماعية والبيئية. كذلك يتناول المقرر التعريف بالمنتج والرعاية والدعاية والإعلان في الجانب الرياضي ودورها في التسويق. أيضا يستعرض المقرر لبعض الأحداث المعاصرة في التسويق الرياضي.



ملخص مقررات المستوى السابع

التسويق الدولي ١١٤١ نسق - ٣

يتضمن دراسة: نشاط التسويق الدولي في مؤسسات الأعمال المختلفة والاستراتيجيات والسياسات والبرامج التي تستخدمها إدارات التسويق في المؤسسات للدخول إلى الأسواق الدولية ومواجهة المنافسين الدوليين.

الإدارة الاستراتيجية ٤١٩ عمل - ٣

يتضمن دراسة: لدراسة وظيفة الإدارة العليا لمنشآت الأعمال في ظل بيئة متغيرة حيث يركز على عملية الإدارة الاستراتيجية والسياسات الإدارية. ويتناول التعريف بالمفاهيم الأساسية ومراحلها المختلفة من تحديد غاية المنشأة وأهدافها العامة، وتحليل بيئتها الخارجية والتعرف على الفرص والمخاطر التي تواجهها، وتحليل البيئة الداخلية لتحديد نواحي القوة والضعف التي تتسم بها ووضع السياسات والاستراتيجيات الملائمة، وتنفيذها ورقابتها. ويعتمد المقرر في كل ذلك على استخدام الحالات العملية.

نظم معلومات التسويق ٣١٩ نسق - ٢

يتضمن دراسة: نظم المعلومات التسويقية فيعطي خلفية عن التسويق والبيئة التسويقية، النظام التسويقي، مدخل إلى نظم المعلومات، ماهية نظم المعلومات التسويقية ومكوناتها والمستلزمات الضرورية لها، نظم إدارة قاعدة البيانات التسويقية، نظم إدارة علاقات العملاء، نظم المعلومات التسويقية للأعمال الإلكترونية.



مناهج البحث العلمي ٣٢٣ تسق- ٣

يتضمن المقرر: مفهوم العلم، والبحث العلمي، تطور مراحل البحث العلمي، مناهج وأساليب البحث العلمي: المنهج التاريخي، المنهج الوصفي، أسلوب المسح، دراسة الحالة، أسلوب تحليل المحتوى، المنهج التجريبي، المكتبات والبحث العلمي: المكتبات المتوفرة للباحثين، المكتبة الوطنية، المكتبة المتخصصة، المكتبة الأكاديمية، المكتبة العامة، المكتبة الالكترونية. الفهرسة، المشكلة البحثية والفرضية البحثية وأهمية وأهداف البحث: مشكلة البحث اختيارها وتحديدها، الفرضيات ومفهومها ومصادرها وفوائدها وصياغتها واختيارها. العينات: مفاهيم الأساسية، تحديد حجم العينة، اختيار العينة، أنواع العينات، طرق وأدوات ومصادر جمع البيانات لأغراض البحث: الاستبانة، المقابلة، الملاحظة، عرض وتحليل البيانات: طرق عرض البيانات الإحصائية، التوزيع التكراري، مقاييس النزعة المركزية، الوسط الحسابي، الوسيط، المنوال، مقاييس التشتت، المدى، الانحراف المتوسط، عرض البيانات النوعية. كتابة تقرير البحث: خصائص تقرير البحث، إعداد مخطط البحث، عناصر مكونات تقرير البحث، مبادئ عامة لكتابة تقرير البحث، نماذج من تقارير بحوث.

التسويق عبر الشبكات الاجتماعية ٤١٥ تسق- ٣

يتضمن دراسة: العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك البشري، ويدرس كيفية استفادة المنظمات من وسائل التواصل الاجتماعي، وتفاعل المستهلكين من خلالها بهدف تعزيز الجهود التسويقية. وسيكون لدى الطلبة فرصة عملية لمعرفة كيفية انشاء استراتيجيات ووسائل التواصل الاجتماعي الشاملة للعلامات التجارية.



المقررات-الاختيارية

مقرر اختياري (المجموعة الثانية) متطلبات التخصص

التسويق البيئي ٣٤٤ تسق-٢

يتضمن دراسة: فلسفة التسويق البيئي التي تعتبر من المفاهيم الحديثة على مستوى منظمات الاعمال وان تطبيق هذه الفلسفة يعمل على تحقيق الاداء التسويقي الناجح والفعال لمنظمات الاعمال. فهي تسعى الى تحقيق رضا الزبون من خلال تقديم منتجات ترضي احتياجاتهم ورغباتهم وكذلك تحقيق الربحية للمنظمة. بالإضافة الى العمل على عدم الاضرار بالبيئية المحيطة وتقليل الهدر بالموارد الطبيعية.

التسويق الاجتماعي ٤٤٤ تسق-٢

يتضمن دراسة: مدخل للتسويق الاجتماعي وعناصر مزيج التسويقي، عملية التسويق الاجتماعي، التسويق الاجتماعي الاستراتيجي والتشغيلي، التسويق الاجتماعي وتغيير السلوك وتعزيزه، استراتيجياته، فعاليته، تطبيقاته

ملخص مقررات المستوى الثامن

التدريب التعاوني ٤٣١ تسق-٤

يتضمن دراسة: مدة زمنية محدودة خلال الفصل الدراسي يقوم الطالب خلالها بتطبيق عملي لما درسه من مقررات من خلال

التدريب في إحدى المؤسسات أو المنظمات بالطريقة التي تجعله يربط العلم والعمل.