



EXC-01-03-02B	رقم النموذج	نموذج الخطة الدراسية لبرنامج البكالوريوس
2963/2022/24/3/2	رقم وتاريخ الإصدار	
5/12/2022	رقم وتاريخ المراجعة أو التعديل	
2/(10/12/2023)	رقم قرار اعتماد مجلس العمداء	
50/2023	تاريخ قرار اعتماد مجلس العمداء	
26/12/2023	عدد الصفحات	
06		

الأعمال	الكلية	1.
التسويق	القسم	2.
بكالوريوس في التسويق	اسم الدرجة العلمية (بالعربية)	3.
Degree in Marketing Bachelor	اسم الدرجة العلمية (بالإنجليزية)	4.

5. مكونات الخطة:

تتكون الخطة الدراسية لدرجة البكالوريوس في التسويق من (135) ساعة معتمدة موزعة على النحو الآتي:

الساعات المعتمدة	نوع المتطلب	التسلسل
(18) ساعة	متطلبات الجامعة الإلزامية	أولاً
(9) ساعة	متطلبات الجامعة الاختيارية	ثانياً
(27) ساعة	متطلبات الكلية الإلزامية	ثالثاً
(66) ساعة	متطلبات القسم الإلزامية	رابعاً
(15) ساعة	متطلبات القسم الاختيارية والمساندة	خامساً
(135) ساعة		المجموع

6. نظام الترميز:

أ. رموز الأقسام:

الرمز	القسم
التسويق	04



ب. رموز المواد:

رمز المجال	عنوان مجال التخصص	رمز المجال	عنوان مجال التخصص
3	التسويق التسهيلي	1	اساسيات التسويق
4	التسويق التطبيقي	2	عمليات التسويق

أرقام المواد تتكون من سبعة منازل

التسلسل	المستوى	القسم	الكلية
0	9	1-4	0 4 1 6

أولاً متطلبات الجامعة: (27) ساعة معتمدة موزعة على النحو التالي:

يتوجب على كافة الطلبة المقبولين في الجامعة التقدم إلى امتحانات تصنيفية في اللغتين العربية والإنجليزية والحاسوب تعدها أو تعتمدها الجامعة للوقوف على مستوياتهم فيها، وبناءً على نتائج الامتحانات، إما أن يدرس الطالب مادة أو أكثر من متطلبات البرنامج التحضيري أو يعفى من مواد البرنامج.

متطلبات إجبارية عامة (صفر -15 ساعة)					
الرقم	اسم المادة	رقم المادة	الساعات	متطلب سابق	ملاحظات
1	خدمة المجتمع	1600150	3		
2	الامتحان التطبيقي في مهارات الحاسوب	1902098	3		
3	سياسات الحاسوب	1932099	3		
4	اللغة العربية (المستوى الاول)	3201001	3		
5	اللغة العربية (المستوى الثاني)	3201002	3		
6	اللغة الانجليزية (المستوى الاول)	3202001	3		
7	اللغة الانجليزية (المستوى الثاني)	3202002	3		
8	الامتحان التطبيقي في اللغة العربية	3211098	3		
9	الامتحان التطبيقي في اللغة الانجليزية	3212098	3		
متطلبات جامعة إجبارية (18 ساعة)					
الرقم	اسم المادة	رقم المادة	الساعات	متطلب سابق	ملاحظات
1	العلوم العسكرية	2220100	3		



2	اللغة الانجليزية (المستوى الثالث)	3202003	3	3203002	
3	الثقافة الوطنية	3400100	3		
	الاخلاق والمسؤولية الاجتماعية	3430100	3		
	الريادة والابتكار والقيادة	3430101	3		
4	مهارات التواصل والمهارات الناعمة باللغة العربية	3420102	3		
5	العلوم العسكرية	2220100	3		
6	اللغة الانجليزية (المستوى الثالث)	3202003	3		

متطلبات الجامعة الاختيارية (9 ساعات)					
يختارها الطالب من المجموعات الثلاث المذكورة ادناه بواقع مادة واحدة من كل مجموعة على أن تكون جميعها من خارج قسم التخصص (المجموعة الأولى)					
الرقم	اسم المادة	رقم المادة	الساعات	متطلب سابق	ملاحظات
1	الثقافة البيئية والتنمية		3		
2	الثقافة الإسلامية		3		
3	الثقافة الصحية		3		
4	الثقافة القانونية		3		
5	الثقافة البدنية		3		
6	مقدمة في الفلسفة والتفكير الناقد		3	193209903 410100	
7	الثقافة السياحية		3		
المتطلبات الاختيارية (المجموعة الثانية)					
الرقم	اسم المادة	رقم المادة	الساعات	متطلب سابق	ملاحظات
1	الاسلام وقضايا العصر	0400101	3		
2	وسائل التواصل الاجتماعي	1900101	3		



3	تذوق الفنون	2000100	3		
4	اللغة الاجنبية	2200101	3		
5	الحضارة العربية الاسلامية	2300101	3		
6	الاردن تاريخ وحضارة	2300102	3		
7	موضوع خاص	3400106	3		
8	مهارات الكتب	3400107	3		
9	القدس	3400108	3		
المتطلبات الاختيارية (المجموعة الثالثة)					
الرقم	اسم المادة	رقم المادة	الساعات	متطلب سابق	ملاحظات
1	موضوع خاص في المهارات الرقمية	1900104	3	1900103	

ثانياً: متطلبات الكلية: (27) ساعة معتمدة موزعة على النحو الآتي:

أ. المتطلبات الإجبارية: (27) ساعة معتمدة.

ب. المتطلبات الاختيارية: (0) ساعة معتمدة.

أ. المتطلبات الإجبارية: (27) ساعة معتمدة وتشمل المواد التالية:

رقم المادة	اسم المادة	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
1601102	مبادئ إدارة الأعمال	3		(3) ساعات معتمدة	
1602101	مبادئ المحاسبة (1)	3		(3) ساعات معتمدة	
1603211	مبادئ ادارةالمالية	3		(3) ساعات معتمدة	1602101
1604110	مبادئ التسويق	3		(3) ساعات معتمدة	



1605140	مبادئ نظم المعلومات الإدارية		3	(3) ساعات معتمدة
1606102	الإدارة العامة الحديثة		3	(3) ساعات معتمدة
1607110	مبادئ الإقتصاد الجزئي		3	(3) ساعات معتمدة
1607150	مبادئ الاحصاء		3	(3) ساعات معتمدة
1900103	المهارات الرقمية الحديثة		3	(3) ساعات معتمدة

ب. المتطلبات الاختيارية: (لا يوجد)

ثالثاً: متطلبات التخصص: (81) ساعة معتمدة موزعة على النحو الآتي:

أ. متطلبات التخصص الإجبارية: (66) ساعة معتمدة.

ب. متطلبات التخصص الاختيارية: (15) ساعة معتمدة.

أ. متطلبات التخصص الإجبارية: (66) ساعة معتمدة وتشمل المواد التالية:

رقم المادة	اسم المادة	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
1604112	سلوك المستهلك	3		3	1604110
1604311	ادارة قنوات التسويق	3		3	1604110
1607115	مدخل إلى الإقتصاد الرياضي	3		3	1607110
1604310	ادارة مبيعات	3		3	1604110
1604230	التسويق الرقمي	3		3	1604110
1604215 رقم جديد	تخطيط وتطوير المنتجات	3		3	1604110
1604220 رقم جديد	التسويق الدولي	3		3	1604110
1604331 رقم جديد	العلاقات العامة	3		3	1604216
1604216	الاتصالات التسويقية المتكاملة	3		3	1604110
1604321	ادارة التسويق	3		3	1604110
1604319	سياسات التسعير	3		3	1607110+1602101+1607115
1604218	تسويق الخدمات	3		3	1604110



1604110	3	3		التسويق للأعمال	1604323
	3	3		قضايا معاصرة في التسويق	1604433
1604110	3	3		بحوث التسويق	1604424
1604110	3	3		استراتيجية التسويق	1604425
1604110	3	3		التسويق عبر محركات البحث	1604320
1604110	3	3		تسويق المحتوى وإدارته	1604225
بعد انتهاء 90 ساعة بنجاح + موافقة القسم	3	3		مشروع التخرج	1604452
بعد انتهاء 90 ساعة بنجاح + موافقة القسم	6	0	6	مهارات الجاهزية لسوقه العمل	1604446
بعد انتهاء 90 ساعة بنجاح + موافقة القسم			3	التدريب الميداني	1604447

ب. متطلبات التخصص الاختيارية: (15) ساعة معتمدة وتشمل المواد الآتية:

رقم المادة	اسم المادة	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
		نظري	عملي		
1604241	التسويق الصيدلاني	3		3	1604110
1604342	التسويق السياحي	3		3	1604218
1604243	التسويق الزراعي	3		3	1604110
1604336	تسويق الخدمات المالية	3		3	1604218
1604427	اخلاقيات التسويق	3		3	1604110
1604448	اساليب نوعية في التسويق	3		3	1604424
1604238	تسويق الموضة والأزياء	3		3	1604110
1604236	البيع الشخصي	3		3	1604110
1604229	تجارة التجزئة	3		3	1604110
1604320	ادارة العلامة التجارية	3		3	1604216
1604426	التسويق بالعلاقات	3		3	1604110
1605251	الاعمال الالكترونية	3		3	-



1604442	تحليل البيانات والتصور المرئي	3	3	
1604232	التسويق الاجتماعي والأخضر	3	3	1604110
1604338	إدارة المعارض التجارية	3	3	1604110
1601408	الريادية في الأعمال	3	3	1601102
1604332	تطبيقات عملية في الاعلان	3	3	1604110

*** عدد مواد التخصص الاختياري (17) مادة يختار منها الطالب 5 مواد فقط

خامساً: الخطة الاستراتيجية السنوية

العام الأكاديمي (الأول)

الفصل (2)			الفصل (1)		
رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة	رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة
1604110	مبادئ التسويق	(3) ساعات معتمدة	1604112	سلوك المستهلك	(3) ساعات معتمدة
160****	متطلب كلية اجباري	(3) ساعات معتمدة	160****	متطلب كلية اجباري	(3) ساعات معتمدة
160****	متطلب كلية اجباري	(3) ساعات معتمدة	160****	متطلب كلية اجباري	(3) ساعات معتمدة
*****	متطلب جامعة اجباري	(3) ساعات معتمدة	160****	متطلب كلية اجباري	(3) ساعات معتمدة
			*****	متطلب جامعة اجباري	(3) ساعات معتمدة
			*****	متطلب جامعة اختياري	(3) ساعات معتمدة
المجموع			12	المجموع	
				18	

العام الأكاديمي (الثاني)

الفصل (2)			الفصل (1)		
رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة	رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة
1607115	مدخل إلى الإقتصاد الرياضي	(3) ساعات معتمدة	1604220	التسويق الدولي	(3) ساعات معتمدة
1604216	الاتصالات التسويقية المتكاملة	(3) ساعات معتمدة	1604311	إدارة قنوات التسويق	(3) ساعات معتمدة



1604215	تخطيط وتطوير المنتجات	(3) ساعات	1604218	تسويق خدمات	(3) ساعات
160****	متطلب تخصص اختياري	(3) ساعات	160****	متطلب كلية اجباري	(3) ساعات
160****	متطلب كلية	(3) ساعات	160****	متطلب كلية اجباري	(3) ساعات
*****	متطلب جامعة اجباري	(3) ساعات	*****	متطلب جامعة اختياري	(3) ساعات
المجموع		18	المجموع		18

العام الأكاديمي (الثالث)

الفصل (1)			الفصل (2)		
رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة	رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة
1604319	إدارة مبيعات	(3) ساعات	1604230	التسويق الرقمي	(3) ساعات
1604321	إدارة التسويق	(3) ساعات	1604331	العلاقات العامة	(3) ساعات
1604323	التسويق للأعمال	(3) ساعات	1604317	سياسات التسعير	(3) ساعات
*****	متطلب تخصص اختياري	(3) ساعات	1604424	بحوث التسويق	(3) ساعات
*****	متطلب جامعة اجباري	(3) ساعات	*****	متطلب تخصص اختياري	(3) ساعات
*****	متطلب جامعة اختياري	(3) ساعات	*****	متطلب جامعة اجباري	(3) ساعات
المجموع		18	المجموع		18

العام الأكاديمي (الرابع)

الفصل (1)			الفصل (2)		
رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة	رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة
1604425	استراتيجية التسويق	(3) ساعات	1604452	مشروع التخرج	(3) ساعات
1604433	قضايا معاصرة في التسويق	(3) ساعات	1604447	التدريب الميداني	(3) ساعات
16043225	تسويق و إدارة المحتوى	(3) ساعات	1604320	مهارات الجاهزية لسوق العمل لطلبة التسويق	(6) ساعات
1604320	التسويق عبر محركات البحث	(3) ساعات	160****	متطلب تخصص اختياري	(3) ساعات
160****	متطلب تخصص اختياري	(3) ساعات	*****	متطلب جامعة اجباري	(3) ساعات
*****	متطلب جامعة اجباري	(3) ساعات			
المجموع		18	المجموع		15

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
عدد الساعات المعتمدة	مبادئ إدارة الأعمال	1601102
3	مبادئ المحاسبة (1)	1602101
		المتطلب (لا يوجد)

المتطلب (لا يوجد) وظائف المنشأة كالإنتاج والتمويل والتسويق وإدارة الأفراد، كما يتضمن دراسة تطوير الفكر الإداري من خلال تطبيقه في المواقف العملية المختلفة الأساسية لمختلف المهن العملية للطلاب والأخصائين لتطوير وتنمية المهارات الأساسية النظرية للمحاسبة، والخطوات الأساسية في الدورة المحاسبية ، والقياس المحاسبي للنقدية وما يعادلها، والذمم المدينة، والاستثمارات، والمخزون، والأصول المعمرة الملموسة وغير الملموسة.

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	
عدد الساعات المعتمدة	مبادئ الإدارة المالية	رقم المادة
3	مبادئ التسويق	1603211
		رقم المادة
		1604110
		المتطلب السابق: (1602101)
المتطلب السابق :- (لا يوجد)		
تتميز هذه المادة المالية المفاهيم الأساسية التي تلحق بها العلاقة المتكونة بين الحقول المالية في شكلها وهي الجوهرية العامة وليس لإدارة المالية التي تفرع عنها المقطاعات الخاصة والمالية الشخصية بمزاياها على أفضل وجه وتعد من المصاحبات والخدمات والبرامج المناسبة للبيئة الاقتصادية من الأسواق وتوسعها وتطورها. الخاص والمالية الشخصية بمزاياها على أفضل وجه وتعد من المصاحبات والخدمات والبرامج المناسبة للبيئة الاقتصادية من الأسواق وتوسعها وتطورها.		
النقدي والسيولة والربحية والمخاطرة وهيكل رأس المال ومكوناته وتكاليف عناصره ؛ ووظائف المدير المالي وسلطاته بشكل عام مع التعرض للمبادلة بين العوائد والمخاطر كإطار عام لقيامه بوظائفه.		

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	
عدد الساعات المعتمدة	مبادئ نظم معلومات الادارية	رقم المادة
3	الادارة العامة الحديثة	14051605 رقم المادة
		المتطلب (المتطلبات) (لا يوجد)
يهدف هذا المساق الى التثقيف بمبادئ نظم المعلومات الإدارية من خلال عرض عام لنظم المعلومات واستخداماتها في مؤسسات الأعمال. ويعتبر هذا المساق أولي في تعرضه لإدارة نظم المعلومات كاحد المصادر الحيوية في المؤسسة كما ويهدف هذا المساق الى مساعدة الطالب في تعلم أساسيات استعمال نظم المعلومات بهدف هذه المادة الى إعطاء الطالب الفرصة لفهم نظريات الإدارة العامة الحديثة، والتي تركز على تحديث ثقافته وخبرته في القطاع العام معتمداً على ما اكتسبه أثناء دراسة مواد مهارات الحاسوب. يخلط هذا المساق الأساسيات الفنية مع المفاهيم الإدارية مما يوفر للطالب الملم العام معرفي كافٍ يجعله بذلك من خلال الأحداث، شراكة حقيقية بين القطاعين العام والخاص، ومبنية على الشفافية والتركيز على النتائج للمواطن. معتاداً على المصطلحات الفنية الدارجة في هذا المجال.		

عدد الساعات المعتمدة 3	اسم المادة مبادئ الاقتصاد الجزئي	رقم المادة 1607110
المتطلب السابق :- (لا يوجد)		



تتناول المادة التعريف بعلم الاقتصاد وعلاقته بالعلوم الأخرى وبالمشكلة الاقتصادية، نظريات الطلب والعرض، مكونات الطلب والعرض وأهميتها، نظرية المنفعة ومنحنيات السوا، دالة الإنتاج، ودالة التكاليف، تحليل أسواق السلع والخدمات، المنافسة الكاملة، احتكار كامل، احتكار قلة، ومنافسة احتكارية، نظرية التوزيع من حيث عرض وطلب عناصر الإنتاج في ظل الهياكل السوقية.

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
عدد الساعات المعتمدة	مبادئ الإحصاء	1607150
3	مدخل إلى الاقتصاد الرياضي	1607145
المتطلب السابق: 1607140		
تتناول المادة مقدمة عن علم الإحصاء وتطوره والبيانات الإحصائية وكيفية الحصول عليها وتلخيصها بجدول تكرارية وعرضها بيانياً قدم هذا المقرر طرقاً جديدة للطلاب لتطوير فهم شامل لمفاهيم ونظريات التسويق التي تنطبق على الرياضة، ودراسة كيف يمكن للمؤسسات استخدام مبادئ وتقنيات التسويق للتأثير على سلوكيات الجمهور في السياق الرياضي. تشمل المجالات التي تغطيها هذه الدورة: أساسيات التسويق، والتسويق المستهدف وتجارة التجزئة، والرعاية، وتسويق الأحداث الرياضية، وخطط الترويج والتسويق، والتسويق الرياضي الاحترافي، والمسائل القانونية الرياضية.		

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
3	المهارات الرقمية الحديثة	1900103
المتطلب السابق: (لا يوجد)		
الوصف		

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
عدد الساعات المعتمدة	سلوك المستهلك	1604112
3	إدارة قنوات التسويق	1604114
المتطلب السابق: 1604106		
يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم والنظريات والمبادئ من مختلف العلوم الاجتماعية (السلوكية) لفهم العوامل التي تؤثر على اكتساب واستهلاك السلع والخدمات وإلحاقهم بالتي تدرس من سلوك المستهلك وسلوكه في اتخاذ القرارات في السوق. يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالسلوكيات التي تؤثر على قراراته في السوق. يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالسلوكيات التي تؤثر على قراراته في السوق. يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالسلوكيات التي تؤثر على قراراته في السوق.		
عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
3	تسويق المحتوى وإدارته	1604225
المتطلب السابق: 1604230		
تهدف هذه المادة إلى التركيز على استراتيجيات التسويق الرقمي وكيفية إنشاء وإدارة المحتوى عبر الوسائط الرقمية والمنصات الاجتماعية. يهدف هذا المساق إلى تزويد الطلاب بالمهارات والمعرفة اللازمة لفهم كيفية استخدام المحتوى بشكل فعال لتحقيق أهداف التسويق. سيبدأ المساق بتعريف المحتوى الرقمي وأنواعه المختلفة ومن ثم توضيح أساسيات التسويق الرقمي واستراتيجيات إنشاء المحتوى وتحليل الأداء وغيرها من المواضيع.		



رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604321	إدارة مبيعات	3
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المبحث الى فهم طبيعة ودور البيع وإدارة المبيعات مع ربط ذلك بمفهوم التسويق. أيضاً، من خلال هذا المبحث، سيقدم فحصاً تفصيلياً لسلوك المستهلك والمشتري التنظيمي. سيقدم هذا المبحث لمحة عامة عن مسؤوليات المبيعات بما في ذلك التنقيب وسجلات العملاء وردود الفعل على المعلومات، وإدارة دورة المبيعات، والإدارة الذاتية، والتعامل مع الشكاوى، وتقديم الخدمة، وتنفيذ استراتيجيات المبيعات. علاوة على ذلك، يقدم هذا المبحث الدراسي القضايا المتعلقة بإدارة فريق المبيعات ويفحص العناصر الهامة للتوظيف والاختيار. أخيراً، ستزود هذه المادة الطلاب بالمعرفة المطلوبة حول التنبؤ بالمبيعات والميزانية.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604230	التسويق الرقمي	3
المتطلب السابق: 1604110	تخطيط وتطوير المنتجات	3
يهدف مبحث التسويق الرقمي الى تزويد الطلاب بالمعرفة حول مزايا الأعمال للتسويق الرقمي وأهميته لنجاح التسويق؛ لتطوير خطة تسويق رقمية؛ لمختلفة تطلبت في 1604230. سيقدم هذا المبحث لمحة عامة عن مسؤوليات المبيعات بما في ذلك التنقيب وسجلات العملاء وردود الفعل على المعلومات، وإدارة دورة المبيعات، والإدارة الذاتية، والتعامل مع الشكاوى، وتقديم الخدمة، وتنفيذ استراتيجيات المبيعات. علاوة على ذلك، يقدم هذا المبحث الدراسي القضايا المتعلقة بإدارة فريق المبيعات ويفحص العناصر الهامة للتوظيف والاختيار. أخيراً، ستزود هذه المادة الطلاب بالمعرفة المطلوبة حول التنبؤ بالمبيعات والميزانية.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604220	التسويق الدولي	3
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المبحث الى التركيز على تحليل الاتجاهات في بيئة التسويق الدولية، وتحديد الفرص التجارية وتكييف مفاهيم التسويق القياسية مع المواقف الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية المتنوعة الموجودة في الأسواق الخارجية.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604331	العلاقات العامة	3
المتطلب السابق: 1604216		
يهدف هذا المبحث الى تعريف الطالب على وظيفة العلاقات العامة داخل المنظمة ومنحه فهماً قوياً للعلاقات العامة كعملية ومكانها في المزيج التسويقي الشامل للشركة. كما ستعلم الطالب كيفية تحديد فرص العلاقات العامة؛ إجراء البحث المناسب؛ تحديد الجماهير ووسائل الإعلام؛ تخطيط وإنشاء		



حملة علاقات عامة : العمل مع وسائل الإعلام. وتقييم نتائج الحملة مع ضرورة دمج كافة المصطلحات الانف ذكرها بتقنيات التكنولوجيا الحديثة ذات العلاقة.

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604216	الاتصالات التسويقية المتكاملة	عدد الساعات المعتمدة
1604321	ادارة التسويق	3
المتطلب السابق: 1604110		
يركز هذا المساق على فهم مبادئ وممارسات الاتصالات التسويقية، بما في ذلك الأدوات المستخدمة من قبل المسوقين لإعلام المستهلكين وتوفير إطار إداري لتخطيط الاتصالات التسويقية المتكاملة في ظل التكنولوجيا الحديثة السائدة. لتحليل الأنشطة التسويقية داخل الشركة : يهدف هذا المساق إلى توضيح دور وأهمية التسويق في الشركة والمخطط الأخرى. يركز ويهدف الطالب لفرض لتحليل الأنشطة التسويقية داخل الشركة : للسماح له بتطبيق مفاهيم ونظريات التسويق على مواقف تسويقية واقعية وإعداد الخطط والاستراتيجيات التسويقية ضمن منظور زمني محدد.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604319	سياسات التسعير	عدد الساعات المعتمدة
1604320	التسويق عبر محركات البحث	3
المتطلب السابق:		
1607110+1602101+1607115		
المتطلب السابق:		
يركز هذا المساق على كيفية تحسين وتهيئة الموقع والمحتوى على الإنترنت لتحقيق أعلى مستويات الرؤية والوجود في نتائج محركات البحث كما يسعى يهدف هذا المساق إلى معرفة العناصر الثلاثة للتسعير: التكاليف والعملاء والمنافسون، كما يناقش الجزء الأول من المادة كيفية إدخال التكاليف في قرار المساق إلى تزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لفهم عملية البحث عبر الإنترنت وكيفية استخدامها بشكل فعال لتحقيق أهداف التسويق الرقمي. يتناول المساق التسعير كم يتصل لإظهار كيف أن التركيز التسويقي على العميل يوفر نظرة ثاقبة لقرار التسعير: عدة مواضيع مثل: أساسيات SEO وكيفية اختيار واستخدام الكلمات الرئيسية وتهيئة المواقع ل SEO وإنشاء المحتوى المتوافق مع SEO وربط المواقع وبناء الروابط.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604320	إدارة العلامة التجارية	عدد الساعات المعتمدة
1604216	تسويق الخدمات	3
المتطلب السابق:		
1604110+1604116		
يركز هذا المساق على فهم استراتيجيات العلامات التجارية التنافسية في سياق عالمي. كما يوفر للطلاب الفرصة لفهم استراتيجيات التسويق الأساسية في إدارة العلامة التجارية. وينصب التركيز على استكشاف دور العلامة التجارية في تطوير العلامة التجارية في مجال التسويق الإلكتروني. ويسلط الضوء على أهداف هذه العلامة التجارية. ويوضح كيف أن الاختلافات بين التسويق السلعي والخدمات ويمتد المربع التسويقي الإلكتروني أصبح وسيطاً للخدمات على أجزاء العلامة التجارية في المنافسة للخدمات.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604323	التسويق للأعمال	3
المتطلب السابق: 1604110		
يركز هذا المساق على تسليط الضوء على أسواق الأعمال وبيان الفرق بين تسويق السلع والخدمات للأفراد وبين تسويقها للقطاع المؤسسي والشركات. كما ويهدف هذا المساق إلى فهم عملية صنع القرار فيما يتعلق بالشراء المؤسسي وكذلك تحديد المتغيرات الرئيسة التي تؤثر في هذا القرار. بالإضافة إلى ذلك يركز هذا المساق على استعراض الفرص والتحديات الخاصة بسوق الأعمال ويحدد المتطلبات الجديدة من أجل إدارة وظيفة التسويق في هذا القطاع المهم.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
------------	------------	----------------------



3	قضايا معاصرة في التسويق	1604433
المتطلب السابق:		
يهدف هذا المبحث الى طرح قضايا معاصرة في التسويق وقرارات تعتمد على القراءات باستخدام المفاهيم والأساليب من التعلم القائم على حل المشكلات، سيتناول الطلاب على إعداد قائمة بالنقاط الرئيسية أو القضايا الحرجة التي أثارها قراءات تلك الجلسة وتقديمها للمناقشة مع ضرورة ربط كافة المفاهيم بالتقنيات والأساليب التكنولوجية المتطورة.		

عدد الساعات المعتمدة 3	اسم المادة بحوث التسويق	رقم المادة 1604424
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المساق الى طرح مقدمة شاملة لموضوع البحث التسويقي، ومناقشة بعض المفاهيم الأساسية والعمليات والتقنيات وتطبيقاتها. كما سيتمكن الطلاب من التعمق في هذا الموضوع وأهميته للمؤسسات التجارية، حيث ستجري هذه المناقشة من وجهة نظرية الأعمال الناشئة وكذلك من وجهة نظر منظمات أعمال راسخة. بدءاً من النظرة العامة على أبحاث التسويق، وستتم مناقشة تصميم البحث بما في ذلك البيانات الكمية، تلها مناقشة بعض الأساليب الكمية لتحليل بيانات البحث لاستخدامها في صنع القرار.		

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
عدد الساعات المعتمدة	استراتيجية التسويق	1604425
3	التسويق بالعلاقات	1604110
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المبحث الى الطالب بكيفية تحليل السوق، وتحديد العملاء المستهدفين، وتطوير استراتيجيات مزيج التسويق الهيكلية لتقديم عرض قيمة للعملاء وإدارة وتنظيم وتنسيق التسويق بالعلاقات ومجالاتها النظرية والعملية المختلفة، حيث تشمل التغطية الموضوعات المتعلقة بتقديم المنتجات والخدمات، والتواصل، والتحليلات، والنماذج الجديدة لإدارة علاقات العملاء.		

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
6	مهارات الجاهزية لسوق العمل لطلبة التسويق	1604230
المتطلب السابق: انتهاء 90 ساعة		
يهدف هذا المساق الى إعداد الطلاب لمرص ومتطلبات السوق المتجددة. تشمل المادة جزءاً من المهارات العملية التطبيقية التي تعرف عليها الطلبة ضمن مواد التخصص نظرياً والقيام بتطبيقها على أرض الواقع جنباً إلى جنب مع الواقع النظري الذي تتناوله المادة.		

عدد الساعات المعتمدة 3	اسم المادة التسويق الصيدلاني	رقم المادة 1604241
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المساق الى تقديم نظرة عامة تسويقية شاملة من حيث المفاهيم والتقنيات للطلاب الذين يدخلون في العمل بأي صفة في مجال الصيدلة.		



رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604342	التسويق السياحي	3
المتطلب السابق: 1604218		
يهدف هذا المساق الى فهم نظرية وممارسة التسويق في سياق صناعة السياحة، حيث يبدأ بالمفاهيم الأساسية للتسويق السياحي إلى جانب مفاهيم التخطيط التسويقي الاستراتيجي، كما سيتم إيلاء اهتمام كبير لفهم التقنيات المرتبطة بتجزئة السوق والمزيج التسويقي السياحي.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604243	التسويق الزراعي	3
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المساق الى تغطية مبادئ التسويق الزراعي، بما في ذلك طلب المستهلك وأساسيات النظام الاقتصادي، ووظائف وأساليب تسويق السلع الزراعية، وتسويق مدخلات الصناعة الزراعية، والمسؤوليات القانونية والصناعية.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604336	تسويق الخدمات المالي	3
المتطلب السابق: 1604218		
يهدف هذا المساق إلى استكشاف المفاهيم العلمية وأساسيات تسويق الخدمات المالية باعتباره تخصصًا تسويقيًا متخصصًا ضمن هذا السياق، ويقدم المساق إطارًا شاملاً ومتكاملاً لعمليات التسويق في المؤسسات المالية والتي تتميز عن تسويق السلع والخدمات الأخرى، بالإضافة إلى مناقشة بعض الموضوعات المتخصصة في التسويق المالي، مثل الخدمة المالية، والجوانب السلوكية في شراء الخدمات المالية، بالإضافة إلى بيئة التسويق المالي. علاوة على ذلك، سيتم مناقشة أساسيات تسعير وتوزيع وترويج الخدمات المالية. أخيرًا، سيقوم هذا المساق بالتركيز على أنواع العملاء وطرق التعامل معهم، بالإضافة إلى تطوير مهارات التفاوض والمهارات المالية للطلاب.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604427	اخلاقيات التسويق	3
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المساق الى تمكين المسوقين المستقبليين من تشكيل منظورهم الفردي حول اخلاقيات التسويق من خلال استكشاف القضايا والمشاكل المتعلقة بال Ps4 ومساءلة المساهمين والعوامة.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604448	أساليب نوعية في التسويق	3
المتطلب السابق: 1604424		
يقدم هذا المساق مقدمة متعمقة لأساليب البحث النوعي للتسويق كأساس لاستراتيجيات التسويق التنافسي وتنفيذها كما سيكتسب الطلاب خبرة في التقنيات والنظرية داخل الفصل وخارجه.		



رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604238	تسويق الموضة والأزياء	3
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المساق الى تزويد الطلبة بالمفاهيم والمهارات الأساسية في التسويق للأزياء، وستتناول الاختلافات بين الأزياء وغيرها من الصناعات. سوف يتعلم الطالب كيف يمكن لمديري التسويق وضع منتجاتهم في اماكن لجذب الزبائن مع فهم طبيعة المحتوى الأردني والإقليمي والعالمي مع تزويدهم أيضاً بالمهارات اللازمة لترويج الأزياء.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604236	البيع الشخصي	3
المتطلب السابق: 1604110		
يهدف هذا المساق الى تقديم نظرة عامة لعملية البيع ، كما يهدف الى فحص القضايا القانونية والأخلاقية للمنظمات التي تؤثر على مندوبي المبيعات، وتحديد عملية الاتصال بين المشتري والبائع ، كما يهدف الى فهم الأنواع المختلفة من المشتري ، وتوضيح طريقة حوار المبيعات وأهميته في بناء علاقة مبيعات قائمة على الثقة . ويختتم المساق بأهمية التعامل مع المشتري واهتماماتهم وطرق كسب الالتزام.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604229	تجارة التجزئة	3
المتطلب السابق: 1604311		
يهدف هذا المساق الى تطوير مهارات اتخاذ القرار المتعلقة بالبيع بالتجزئة، وتطوير المواضيع التي تشمل استراتيجية البيع بالتجزئة وتخطيط الموقع وتخطيط البضائع وتخطيط المتجر وخط الإنتاج وتحديد الموارد والاستراتيجيات الترويجية وخدمة العملاء.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1605251	اعمال الكترونية	3
المتطلب السابق: لا يوجد		
يعتبر هذا المساق تأسيسي لتعلم المفاهيم الأساسية للأعمال والتجارة الالكترونية حيث يتضمن عرض عام لاستخدام الشبكة العنكبوتية (الانترنت) في الأعمال التجارية. يركز المساق على الملاحظة عبر الانترنت وكذلك تصميم وعرض العمل المنجز على الشبكة مباشرة. بالإضافة إلى ذلك فان مادة المساق تشمل تجارة التجزئة الالكترونية (e-retailing) و تجارة الأسهم والسندات الالكترونية (e-stock trading) والنشر الالكتروني (e-publishing) و الصيرفة الالكترونية (e-banking). كما ويتعلم الطالب في هذا المساق المشاكل المتعلقة بالتجارة الالكترونية والتي تعنى بأمن المعاملات وخصوصيتها والتحول المتعلق بنشاطات العمل نتيجة لنشاطات التجارة الالكترونية داخل وخارج المؤسسات.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604442	تحليل البيانات والتصور المرئي	3
المتطلب السابق: 1604230		

يعلم هذا المساق الطلبة على كيفية استخدام قواعد البيانات التسويقية لمعرفة العملاء وفهم سلوكهم الشرائي من خلال دراسة أحدث الأساليب لتحليل قواعد بيانات العملاء من أجل تطوير استراتيجيات وقرارات تسويقية تعتمد على هذه البيانات التسويقية بهدف الحفاظ على علاقات مربحة مع العملاء المستهدفين خلال تحديد أفضل عملاء الشركة، وفهم احتياجاتهم، وكيفية استهدافهم للمساعدة في الاحتفاظ بهؤلاء العملاء.

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
3	التسويق الاسلامي	1604239
المتطلب السابق: 1604110		
الهدف من هذه المادة هو توسيع معرفة الطلاب وفهمهم للمستهلكين المسلمين ، وتحليل احتياجات الاستهلاك القائمة على العقيدة الإسلامية للمجتمعات المسلمة المتنوعة في جميع أنحاء العالم ، وتطوير المهارات لتطبيق هذه المعرفة والفهم في مواقف التسويق العملية والصعبة. سيتم التركيز بشكل خاص على التحليل النقدي والرؤى المكتسبة من الأدبيات الإسلامية والتسويقية ودراسات الحالة وأعمال المشروع لحل المشكلات الاستراتيجية لاستهداف هذه السوق الناشئة.		

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
1604232	التسويق الاجتماعي والأخضر	عدد الساعات المعتمدة
المواد 16041180	ادارة المعارض التجارية	3

التسويق الاجتماعي هي العملية التي تستخدم مبادئ وتقنيات التسويق للتأثير على سلوكيات الجمهور التي من شأنها أن تعود بالفائدة على المجتمع.

والشركات من المجتمع من الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للحكومة من تقديم خدمات التسويق الاجتماعي والمشاركة وتشكيل السلوكيات المجتمعية من أجل الصالح العام.

أولاً، التسويق الاجتماعي يركز على تقديم الخدمات التي تلبي احتياجات المجتمع وتعالج المشاكل الاجتماعية. على عكس التسويق التجاري، الذي يركز على تحقيق الربح، فإن التسويق الاجتماعي يهدف إلى تحقيق التغيير الاجتماعي وتحسين نوعية الحياة.

وليس على طموح العلامة التجارية، بل على تحسين حياة المجتمع. إلى سائر هذه الأهداف، فإن التسويق الاجتماعي يسعى إلى تحقيق التغيير الاجتماعي وتحسين نوعية الحياة.

والتي هي نتيجة للتأثير على البيئة. إضافة إلى تقديمه عرضاً شاملاً لحلقات الناشئة من إدارة التسويق الأخضر والعديد من الاستراتيجيات الخضراء، من سلاسل التوريد الصديقة للبيئة إلى الآثار البيئية لإنشاء المنتج، كما ويستعرض تطور التسويق ويكرس اهتماماً كبيراً للظروف المحتملة للمستهلكين على التصرف بطريقة مسؤولة بيئياً.

تقوم هذه المادة على عرض طرق جديدة للطلاب لتطبيق عملية التسويق الاجتماعي والأخضر ودورها في المنظمات على أنها أكثر من مجرد وسيلة لجمع الإيرادات لكن أيضاً أداة لفعل الخير. وسيقوم الطلاب بتطوير وعي وإدراك أعمق لأهمية وتأثير وظيفة التسويق الاجتماعي وبخاصة في إمكانياته في تشكيل وتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات.

عدد الساعات المعتمدة	اسم المادة	رقم المادة
3	إدارة سلسلة التوريد	1601331
المتطلب السابق: (1601102)		



تقديم نظرة عامة عن المؤسسة وإدارتها وضبط عمليات التوريد وتدفق المواد للمؤسسة، استراتيجيات الإمدادات وعلاقات توريد المواد بين المؤسسة والموردين، المعالجة والتخزين ومراقبة المخزون للبضائع، تكامل نظام التنبؤ بالطلب وإدارة المخزون وتخطيط متطلبات التوزيع وإدارة سلسلة التوريد وشبكات الشراء والموردين والإمدادات وشبكات النقل والعمليات اللوجستية المصاحبة لكل منها، دراسة النظم المؤسسية الشاملة وطرق تحسين شبكات الإنتاج وعمليات تقديم الخدمات.

رقم المادة	اسم المادة	عدد الساعات المعتمدة
16Q14Q8 رقم المادة	الريادية في الأعمال التدريب الميداني	عدد الساعات المعتمدة
المتطلب السابق: (1601102)		
يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بالريادة وخصائصها وكذلك خصائص الشخص الريادي وكيفية العلاقة ما بين الشخص الريادي والمشروعات الصغيرة في يشمل مساق الريادة تعريف الطالب على خصائص الريادة أو مؤسسة ذات علاقة في مجالي تخصص التسويق، بحيث يقوم أعضاء هيئة التدريس من القسم منظومات الأعمال وخصائص المشاريع العائلية كما يتضمن المساق بحث كيفية خلق مشروعات جديدة وتطويع خطط أعمال لهذه المشروعات. بحيث لا تقل بمناخ التدريب بشكل مستمر من خلال القيام بزيارات ميدانية لمنظمة مواقع التدريب، حيث يتم خلالها مدة التدريب بالساعات المعتمدة بحيث لا تقل الساعات المعتمدة عن (32) ساعة تدريبية.		