



وصف المواد لدرجة ماجستير
في تخصص التسويق الإلكتروني والتواصل الاجتماعي
للعام 2022-2023

33774	أساليب البحث العلمي	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق نظرة ثاقبة على طرق البحث المختلفة ، والتي تغطي البحث السلوكي والبناء مع مزيد من التركيز على الأساليب النوعية والكمية وكيفية الاستفادة من قدرات الكمبيوتر في أبحاث الأعمال.	
35701	إدارة التسويق المتقدمة	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق الوظائف الإدارية المطبقة في قسم التسويق والتي تشمل التخطيط والتنظيم والتوجيه والتحكم في أنشطة التسويق ، بالإضافة إلى أساليب التسويق المستخدمة في المزيج التسويقي (المنتج ، والتسعير ، والترويج ، والمكان). كما يناقش هذا المساق سوق العمل والفرق بين أسواق المستهلك وأسواق الأعمال.	
35702	إدارة العلامة التجارية المتقدمة	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق التعريف بالمنتجات والعلامات التجارية، من حيث: نشأتها، وأنواعها، وأهدافها، وإدارتها، وقوانين تسجيلها والتركيز على بنائها وحمايتها، ووضع استراتيجياتها، وتوضيح العلاقة بين المنتجات والعلامات التجارية، وقرارات المنتج، إضافة إلى اختيار العلامة التجارية، وتسجيلها، وتسمية التصميم، والمتطلبات القانونية؛ وقياس الأداء.	
35703	التسويق و تجارة التجزئة متعدد القنوات	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق لشرح أهمية نهج متعدد القنوات للتسويق تجارة التجزئة كمفهوم ، بما في ذلك وظائفه من خلال تحليل البيئة التسويقية بما في ذلك الوسطاء (تجار الجملة وتجار التجزئة والوكلاء) ، وقنوات توزيع السلع والخدمات ، والعوامل التي تؤثر على تصميم قناة التوزيع بما في ذلك الاختيار والقيادة والتحفيز والتقييم.	
35704	اخلاقيات التسويق	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق دور الأخلاق في التسويق الإلكتروني في الاقتصاد العالمي. يبحث المساق المفاهيم والسلوكيات والممارسات والتحديات ذات الصلة بعملية تخطيط ممارسات التسويق الإلكتروني وتنفيذها وإيجاد القيمة من خلال العمليات والأنظمة والاستراتيجيات الأخلاقية. وتشمل المواضيع استراتيجيات الترويج والتسعير الأخلاقية، والبحوث التسويقية، وتنفيذ التسويق.	
35711	استراتيجية التسويق الرقمي	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق لتزويد الطلاب بمقدمة شاملة للاستراتيجية الرقمية لتعزيز معرفتهم بمفاهيم التسويق في الفضاء الرقمي، وسيناقش طرق تحديد الاستراتيجيات وتقييم أدائها خلال ألقائها الزماني	
35712	الاتصالات التسويقية الرقمية	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق مفاهيم التسويق الرقمي المتكامل وكذلك مكوناته الرئيسية وعمليات التخطيط (الرقمية والتقليدية) من خلال الاستخدام الأمثل للعناصر الرئيسية لبيع الشخصي والإعلان والدعاية والعلاقات العامة والنشر والتسويق المباشر ، فهو يساعد تقييم القضايا الاستراتيجية التي تنطوي عليها الاتصالات التسويقية في سياق رقمي.	
35713	تسويق الخدمات الرقمي	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق التطور المعاصر للتسويق الإلكتروني للخدمات وخصائصه الرئيسية والتحديات التي تواجه المديرين في هذا المجال. تشمل الموضوعات الأخرى تصميم الخدمة الإلكترونية وإدارة الطلب الجودة المدركة للخدمات الإلكترونية والتحديات المرتبطة بتسويق الخدمات الإلكترونية.	



35714	الإعلان الرقمي	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق الى توضيح أهمية الدور الاجتماعي والاقتصادي في الإعلان وفقاً للجوانب الرئيسية، بما في ذلك التسويق والإنتاجية والعناصر الاجتماعية والتعليمية الأخرى.	
35715	إدارة علاقات الزبائن الالكتروني	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق الى تكوين فكرة واضحة على أهمية بناء علاقة قوية ومستمرة بين منظمة الأعمال وعملائها - إدارة علاقات العملاء (CRM) - على أساس التفاعل الإيجابي المتبادل بين الطرفين وخدمة عملية التسويق.	
35716	سلوك المستهلك الرقمي	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق الى مساعدة الطلاب على فهم النظريات النفسية الأساسية التي يقوم عليها سلوك المستهلك الرقمي لتزويد الطلاب بفهم استراتيجي وقابل للاستخدام لسلوك المستهلك في القنوات الرقمية.	
35717	التسويق عبر محركات البحث	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق التعريف بأساسيات محركات البحث والإعلانات، وكيفية انسجامها مع عملية التخطيط التسويقي والاتصالات التسويقية، إضافة الى تغطية مواضيع مختلفة مثل: كيفية عمل محركات البحث، وكيفية البحث للمستخدمين، وكيفية تحسين الموقع على شبكة الانترنت لمحركات البحث (SEO)، وكيفية تطوير حملة اعلانية عن طريق محرك البحث وقياس النجاح..	
35718	موضوعات تسويقية الكترونية معاصرة	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق أنواع القضايا المعاصرة التي تؤثر على ممارسة التسويق التي تقدمها القوى المجتمعية الرئيسية مثل تكنولوجيا المعلومات وزيادة المنافسة والعولمة وزيادة قوة المستهلك على مستوى الصناعة والمستوى التنظيمي	
35719	تجربة المستهلك الرقمية	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق الى تزويد الطلاب برؤى ثاقبة حول تجربة العملاء الرقمية وتسلط الضوء على التغييرات في السوق، مما يساعد الشركات على تحديد احتياجات العملاء الاستراتيجية والوفاء بها.	
35721	التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يتضمن هذا المساق مفاهيم وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الأخرى التي يستخدمها العملاء ، وكذلك الفروق بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية ، وأهمية الشبكات الاجتماعية كأدوات تستخدم لبناء الوعي بالعلامة التجارية والترويج للأعمال	
35722	تحليلات الوسائط الرقمية والاجتماعية	عدد الساعات المعتمدة: 3
	يهدف هذا المساق الى تزويد الوحدة الطلاب بالمعرفة والأدوات والأساليب لتعزيز القيمة التجارية لبيانات الوسائط الاجتماعية. ويغطي عملية تحديد البيانات الصحيحة غير المهيكلية ، وتحليلها ، وتفسير المعرفة المكتسبة والعمل على أساسها.	