



الخطة الدراسية/ تخصص دبلوم التسويق الرقمي

لمحة عن التخصص:

يهتم برنامج التسويق الرقمي بتنمية أداء وتنفيذ الوظيفة التسويقية للمنتجات السلعية الملموسة والخدماتية بالاعتماد على المفاهيم والطرق التسويقية التقليدية بالإضافة إلى الجوانب المتعلقة بالتقنيات والتطبيقات الحاسوبية الحديثة بالتزامن مع مايشهده العالم من نهضة تطويرية في مجال التسويق الإلكتروني يأتي هذا البرنامج لتزويد الطلاب بالأسس والمفاهيم التسويقية الحديثة وتنمية قدراتهم على التخطيط للبرامج التسويقية وإثراء الفكر التسويقي.

The digital marketing program focuses on enhancing the performance and implementation of the marketing function for tangible commodity products and services based on traditional marketing concepts and methods as well as modern computer technologies and applications in conjunction with the electronic marketing field's developmental renaissance. This program is designed to provide students with an understanding of marketing's foundations and contemporary concepts, as well as develop their abilities to plan marketing programs and expand their marketing horizons.

اهداف التخصص:

- الإلمام بالمفاهيم العلمية الحديثة للتسويق.
- المعرفة التامة بوسائل التسويق الحديثة.
- الإلمام بمهارات الاتصال التسويقي والتفاوض الفعال وتصميم الحملات الإعلانية باستخدام برامج الحاسوب.
- جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالسوق بالاستعانة بتكنولوجيا المعلومات.
- Familiarity with contemporary scientific marketing concepts.
- Extensive knowledge of contemporary marketing methods.
- Marketing communication, negotiation, and advertising campaign creation using computer programs.
- Collecting and analyzing market information using information technology.

مجالات العمل:

- العمل في استراتيجيات التسويق الإلكتروني.
- العمل في الشركات الراغبة للوصول لأكبر عدد من العملاء العمل كمدير تنفيذي ومدير لقسم التسويق.
- العمل الحر وإنشاء المشاريع الريادية الخاصة.
- العمل كمدير ومتخصص في محتوى الإنترنت والشبكات الاجتماعية.
- Work in e-marketing strategies.
- Working as CEO and marketing director in organisations that want the most consumers.
- Self-employment and the formation of private entrepreneurial endeavors.
- Serve as a manager and Internet content and social network expert.



متطلبات الحصول على درجة الدبلوم في التسويق الرقمي

- للحصول على درجة الدبلوم في التسويق الرقمي على الطالب إتمام (76) ساعة دراسية معتمدة وفق تعليمات هذه الخطة.
- توزع الساعات المعتمدة المطلوبة للحصول على درجة الدبلوم في التسويق الرقمي على النحو الآتي:
- According to this plan, the student must complete (76) credit hours in order to earn a diploma in digital marketing.
- The distribution of required credit hours for a digital marketing diploma is as follows:

الساعات المعتمدة: 76 ساعة

التخصص: التسويق الرقمي

عدد الساعات المعتمدة	المتطلبات
16	1. متطلبات كلية الإلبارفة
5	2. متطلب الكلية الاختبارفة
5	3. متطلبات البرنامج الاختبارفة
50	4. متطلبات التخصص
76	المجموع

متطلبات الكلية الإلبارفة: (16) ساعة معتمدة

المساق باللغة الإلبارفة	م.س	س.م	اسم المقرر	رقم المقرر
Arabic language		3	اللغة العربية	100101
Entrepreneurship 1		1	رفادة اعمال 1	100106
Entrepreneurship 2	100106	2	رفادة اعمال 2	100107
Physical Education		1	نشاط رفاضف	100201
English language		3	اللغة الإلبارفة	100103
Introduction to computer science		3	مقدمة فف الحاسوب	100105
		3	مكافحة الفساد	100208
		16	المجموع	

متطلبات الكلية الاختبارفة وعددها: (5) ساعات معتمدة

فطلب من كل طالب إناجاز متطلبات الكلية الاختبارفة بنجاح وقدرها (5) ساعات معتمدة كما فأتف:



المساق باللغة الإنجليزية	س.م	اسم المقرر	رقم المقرر
Studies in Arabic and Islamic thought	3	دراسات في الفكر العربي و الاسلامي	100200
Health, Safety and Profession Ethics	2	أخلاقيات المهنة والسلامة العامة	100204
	5	المجموع	

متطلبات البرنامج الاختيارية وعددها: (5) ساعات معتمدة
يطلب من كل طالب إنجاز متطلبات البرنامج الاختيارية بنجاح وقدرها (5) ساعات معتمدة كما يأتي:

المساق باللغة الإنجليزية	س.م	اسم المقرر	رقم المقرر
Mathematics	3	رياضيات	100108
Life skills	2	مهارات حياتية	100102
	5	المجموع	

متطلبات التخصص (50) ساعة معتمدة على النحو الآتي:
على الطالب أن يجتاز المساقات الآتية بنجاح وعددها (50) ساعة معتمدة:

المساق باللغة الإنجليزية	م.س	س. م	المساق	رقم المساق	الرقم
Online Consumer Behavior	143101	3	سلوك المستهلك عبر الانترنت	143102	1
Principles of Marketing and Digital Marketing		3	مبادئ التسويق والتسويق الرقمي	143101	2
Managing Digital Content	143206	2	صناعة وإدارة المحتوى الرقمي	143104	3
Website Design	143100	3	تصميم المواقع الالكترونية	143201	4
Sales Management and Personal selling		3	إدارة المبيعات والبيع الشخصي	143103	5
Special topics in Marketing	143101	2	مواضيع خاصة في التسويق	143230	6
Strategic Management	143101	3	الإدارة الاستراتيجية للتسويق الرقمي	143207	7
Applications in Graphic Design and	100105	3	تطبيقات في التصميم الجرافيكي والمونتاج	143206	8
Integrated Marketing Communication	143101	3	الاتصال التسويقي المتكامل	143204	9
Turkish language		3	اللغة التركية	100109	10
Marketing through Social Media and Smartphones	143101	2	التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية والهاتف النقال	143112	11
Branding and Visual Identity	143206	2	العلامة التجارية والهوية البصرية	143108	12



E-Commerce	143101	3	التجارة الالكترونية	143100	13
Digital Marketing	143112	2	الاعلان الرقمي	143205	14
Technical English Language	100103	3	اللغة الإنجليزية الفنية	143110	15
Field Training		1	التدريب الميداني	143213	16
Marketing Research	143101	2	أبحاث التسويق	143209	17
Human Resources Management		3	ادارة الموارد البشرية	143207	18
Organizational Behavior	143200	3	السلوك التنظيمي للشركات	143106	19
Graduation Project		1	مشروع التخرج	143229	20
Total		50	المجموع		



(5): الخطة الاستراتيجية الدراسية موزعة على الفصول الأربعة:

الفصل الأول

الرقم	رقم المساق	المساق	س. م.	س. ن.	س. ع.	م.س
1	100103	اللغة الإنجليزية	3	3		
2	100105	مقدمة في استخدام الحاسوب	3	1	2	
3	100101	لغة عربية	3	3		
4	100106	ريادة اعمال 1	1	1		
5	100108	رياضيات	3	3		
6	143101	مبادئ التسويق والتسويق الرقمي	3			
7	143103	إدارة المبيعات والبيع الشخصي	3	3		
		المجموع	19	17	2	

الفصل الثاني

الرقم	رقم المساق	المساق	س. م.	س. ن.	س. ع.	م.س
1	100109	اللغة التركية	3	3		
2	143213	التدريب الميداني	1	1		
3	143100	التجارة الالكترونية	3	3		143201
4	143102	سلوك المستهلك عبر الانترنت	3	3		143101
5	143110	اللغة الإنجليزية الفنية	3	3		
6	143112	التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية والهاتف النقال	2		2	100105
7	143206	تطبيقات في التصميم الجرافيكي والمونتاج	3		3	100105
		المجموع	18	16	2	

الفصل الثالث

الرقم	رقم المساق	المساق	س. م.	س. ن.	س. ع.	م.س
1	100208	مكافحة فساد	3	3		
2	100204	أخلاقيات المهنة والسلامة العامة	2	2		
3	143207	ادارة الموارد البشرية	3	3		
4	143230	مواضيع خاصة في التسويق	2	2		143101
5	143201	تصميم المواقع الالكترونية	3	1	2	143100
7	100107	ريادة اعمال 2	2	2		100106
8	100200	دراسات في الفكر العربي و الاسلامي	3	3		
9	100102	مهارات حياتية	2	2		
		المجموع	20	18	2	



الفصل الرابع

الرقم	رقم المساق	المساق	س.م	س.ن	س.ع	م.س
1	100201	نشاط رياضي	1		1	
2	143104	صناعة وإدارة المحتوى الرقمي	2	2		143206
3	143207	الإدارة الاستراتيجية للتسويق الرقمي	3	3		134101
4	143204	الاتصال التسويقي المتكامل	3	3		143101
6	143108	العلامة التجارية والهوية البصرية	2	1	1	143206
7	143205	الإعلان الرقمي	2	2		143112
8	143209	أبحاث التسويق	2	2		143101
9	143106	السلوك التنظيمي للشركات	3	3		143207
10	142299	مشروع تخرج	1	1		143213
		المجموع	19	17	2	

وصف المساقات:

أولاً: متطلبات الكلية الإلجبارية (16 ساعة معتمدة

1- اللغة العربية (100101)

يهدف مساق اللغة العربية كمتطلب كُلية إجباري إلى البناء اللغوي السليم للغة العربية عند الطلبة، وذلك من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات اللغوية المُختلفة في جانبي (الصرف والنحو)، مما يُساعد في تعزيز فُدرة الطلبة على القراءة والكتابة بشكل صحيح خالٍ من الأخطاء النحوية واللغوية الشائعة، إضافة لزيادة الثروة اللغوية لديهم من خلال تجربة النصوص العربية المتنوعة في الأدب، والنثر، والشعر، سواء كان ذلك بشكل مسموع أو مقروء.

Arabic Language(100101)

This course aims to introduce students to the Arabic language as a system consisting of interrelated and integrated levels and to enable them to correctly use linguistic ,morphological, grammatical, and rhyming skills in accordance with available theoretical and poetic texts. In addition, the principles of writing and numbering and distinguishing between the study of biography, fictional art, poetry issues, and current issues affecting the Arabic language and its development and raising its level.

2- English Language(100103) اللغة الإنجليزية

يهدف المساق كمتطلب كُلية إجباري إلى تطوير المهارات الأساسية الأربعة للغة الانجليزية لدى الطالب وهي: (الكتابة، القراءة، المحادثة، والاستماع)، مما يُعزز من عملية الفهم والاستيعاب، واللفظ الصحيح للكلمة المنطوقة والمكتوبة لغوياً، ويُمكن الطالب من التواصل الفعال وذلك عبر استخدام أسلوب "الحوار والمُحادثات" في مواقف مُتنوعة "علمية وعملية"، إضافة إلى التمارين التفاعلية والتي تدمج ما بين التعليم التقليدي، والتعليم التفاعلي باستخدام التكنولوجيا .



The course aims to develop the four basic skills of the English language for the student, namely (writing, reading, speaking, and listening), which enhances the process of understanding and comprehension, and the correct pronunciation of spoken and written words and sentences linguistically and enables the student to communicate effectively through the use of the "dialogue and conversations" method. In a variety of "scientific and practical" situations, in addition to developing their writing and reading skills through interactive exercises that integrate traditional education with technology-based interactive education.

3- Introduction to Computer Science (100105) مقدمة في الحاسوب

يهدف مساق مقدمة في الحاسوب كمتطلب كلية إجباري في جانبه "النظري والعملي" إلى تعريف الطلبة بمكونات الحاسب الآلي وكيانه (المادي، والبرمجي)، حيث يبدأ الطلبة بالتعرف على التسلسل التاريخي لأجيال الحاسوب، وعناصر التطور الذي مرَّ بها عبر الزمن، إضافة إلى أنظمة العد المختلفة، ووحدات التخزين، والذاكرة، والمعالجة فيه، وصولاً إلى منظومات التشغيل المتنوعة وخاصة نظام الويندوز الأكثر شيوعاً، والحزمة المكتبية فيه - الأوفيس، الفيروسات الضارة وأشكالها، والشبكة العنكبوتية - الإنترنت.

This course intends to identify computer components and their various units, computer development and classifications, computer generations, counting system classification, memory unit, arithmetic and logic unit, input and output unit, operating system, and programming fundamentals.

Practical part: The course's objective is to provide students with an understanding of the computer's components, including the CPU (central processing unit), storage units, and input and output units. And software components such as various operating systems, such as Windows, and a variety of computer applications, such as Microsoft Office, the Internet, and e-mail services.

4-ريادة الأعمال -1 (100106) Entrepreneurship

يهدف مساق ريادة الأعمال (1) كمتطلب كلية إجباري، إلى تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلبة والتعرف على ماهيتها، من خلال تنمية التوجهات الإيجابية لديهم نحو ترسيخ مفهوم العمل الحر (الخاص) في مقابل العمل الوظيفي بعد التخرج، كبديل آخر للتشغيل الذاتي، من خلال بناء مجموعة المعارف والمهارات "الشخصية والفنية" التي تساعد الطلبة على التعرف إلى عالم الأعمال، وصفات رواد الأعمال فيه، ومقومات نجاح المشروع الريادي، وتحديات ذلك.



The aim of "Entrepreneurship 1" is to encourage a culture of entrepreneurship among students by developing their positive attitudes towards the establishment of the concept of self-employment (private) in exchange for job work after graduation, as an alternative to self-employment, through the development of a set of "personal and technical" skills. Which provides students with the business world, the characteristics of entrepreneurs within it, the ingredients for the success of an entrepreneurial project, and the obstacles associated with it.

5- ريادة الأعمال -2 (100107) Entrepreneurship

يهدف مساق ريادة الأعمال (2) كمتطلب كُلية إجباري، إلى تزود الطالبة بجملة المعارف المهارات والتي يتطلبها إنشاء مشروع ريادي ناجح مُستقبلاً بعد التخرج، وذلك من خلال بناء المفاهيم الأساسية والمهارات الفنية لخطة العمل، والجدوى الاقتصادية الخاصة بالمشروع الريادي، بدءاً بإطلاق الفكرة ومصادر الحصول عليها، مروراً ببناء خطة عمل متكاملة العناصر في جانبها (التسويقي، والإداري، والمالي) بحيث تكون جاهزة للعمل وفقها.

The Entrepreneurship 2 course aims to teach students how to launch an idea, find sources for it, and build an integrated business plan to launch a successful independent project after graduation. Its marketing, administrative, and financial aspects must work with it.

6- ثقافة رياضية (100201) Physical Education Culture

يهدف مساق الثقافة الرياضية كمتطلب كُلية إجباري في جانبه النظري والعملي إلى تعريف الطالبة بماهية التربية الرياضية، وأهميتها، وأهدافها كأسلوب حياة وثقافة مجتمعية تحقق الصحة البدنية والنفسية، إضافة إلى أهم المبادئ، والمهارات الأساسية لبعض الألعاب الرياضية (الجماعية والفردية) المتعارف عليها، ككرة القدم، و الكرة الطائرة، وكرة السلة، وألعاب القوى، وأهم القوانين التي تُنظم عملها.

This course covers the definition of physical education, its goals, and its link to general education, as well as the rules and most significant abilities and concepts of certain teams and individual sports. And refereeing internal and external matches and activities, recognizing stadium injuries that impact players inside and outside the stadium, and conducting internal and external matches and activities. Knowing its symptoms, causes, and treatments. This course also covers sports tournaments and athletic events.



7- مكافحة الفساد (Anti-Corruption) (100208)

يهدف مساق مكافحة الفساد كمتطلب كلية إجباري إلى تكوين معرفة مُعمقة لدى الطلبة حول مفهوم الفساد عالمياً ومحلياً، وأشكاله المختلفة، والأسباب التي يتجلى بها سواء (السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الادارية أو المالية)، كما يُناقش المساق أهم العوامل التي تزيد من احتمالية ظهور الفساد وانتشاره، سواء تلك المرتبطة بالتنظيم الهيكلي للمؤسسات، أو التكوينات السياسية، والاجتماعية للمجتمعات، مما يؤثر على عمل تلك المؤسسات، ويُضعف من قدرتها على مُحاربة هذه الظاهرة المُجتمعية.

This course provides an in-depth understanding of global and local corruption, as well as its complex manifestations in formal and informal institutions. The course also examines the most significant factors that increase the likelihood of corruption's emergence and spread, including the structural organization of state institutions and the political and social complexities that affect the work of these institutions and weaken their ability to combat this phenomenon.

ثانياً: متطلبات القسم الاختيارية وعددها (5) ساعات معتمدة

1- دراسات في الفكر الإسلامي (100200) Studies in Arabic and Islamic thought

يهدف مساق الفكر الإسلامي كمتطلب كلية اختياري إلى تعريف الطلبة بتعاليم دينهم في جوانب الاعتقاد والتشريع، وبناء شخصية الإنسان المسلم، كذلك تناول أهم القضايا والتي يتحدث عنها الفكر الإسلامي، بدءاً بأركان الإسلام، وأركان الإيمان، مروراً أشكال الفقه المختلفة، والقضايا المُعاصرة والتي ناقشها وُبناقشها الدين الإسلامي، والتي تهم المرء المسلم في تعاملاته وعلاقته مع الآخرين.

This course introduces the student to Arab-Islamic thought, its foundations and goals, and Islam as a doctrine, law, and manner of life. Additionally, the student should understand applied Islamic systems and the most essential scientific parts of Islamic heritage and urbanization.

2- أخلاقيات المهنة والسلامة العامة (100204) Public Safety and Professional Ethics

يهدف مساق أخلاقيات المهنة والسلامة العامة كمتطلب كلية اختياري إلى تعريف الطلبة بمفهوم أخلاقيات المهنة، وذلك في إطار إدراك المسؤوليات القانونية والإدارية والأخلاقية في العمل المهني في إطار القانون، إضافة إلى أهمية المساق في



تعزيز مبادئ السلامة العامة والاشتراطات الخاصة بها، وأهمية الالتزام بها في قطاعات المهن المختلفة، وأثر ذلك على بيئة عمل آمنة خالية من الحوادث وأشكال الفساد المختلفة.

The aim of this course is to introduce students to the concept of professional ethics within the context of realizing their legal responsibilities. The significance of keeping to the principles of public safety and the ethics of professional employment Also focused on were the personal characteristics, abilities, and technical skills that an employee must have, as well as the significance of maintaining the confidentiality of private information, how to deal with work difficulties, and how to handle business cases in an emergency.

ثالثاً: متطلبات البرنامج الإلزامية وعددها (5) ساعات معتمدة

1. رياضيات (100108) Mathematics

يتعرف الطالب في هذا المساق على المصفوفات والمحددات، الاقترانات وخواصها، الاقترانات الأسية والمثلثية، النهايات والاتصال، التفاضل، تطبيقات على التفاضل، التكامل، تطبيقات على التكامل، الاحتمالات.

In this course, the student will learn about matrices and determinants, functions and their properties, exponential and trigonometric functions, limits and continuity, differentiation, applications on differential integration, and applications on integration possibilities.

1. Life Skills مهارات حياتية (100102)

يتناول هذا المساق العديد من الموضوعات ذات العلاقة بتنمية المهارات الشخصية لدى الفرد: (كالمهارات المتعلقة بالذات، والمهارات المتعلقة بالآخرين، والمهارات المتعلقة بالمجتمع)، مما يسهم في بناء أفضل لشخصية الطالب في مستويات المهارات الحياتية سابقة الذكر، والتي تساعد على الانخراط بشكل ايجابي في حياته، والتعامل مع مكونات بيئته (المادية والبشرية) بشكل أفضل، وتعزيز القابلية للتكيف والنجاح.

This course addresses many topics related to developing the personal skills of the student in effective communication to understand and influence others, strengthening his leadership abilities, and in line with the goals of the college, towards preparing a scientifically and professionally qualified staff to prepare for the future, face its challenges, and be able to meet the needs of the community. The course also works to enhance the self-confidence of the student and shows the importance of body language in communication and communication.



رابعاً: متطلبات التخصص الاجبارية وعددها (50) ساعة معتمدة

1. سلوك المستهلك عبر الانترنت:

يتضمن هذا المساق تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية المرتبطة بالسلوك الإنساني وأهميته في دراسة السلوك الشرائي وسلوكه عبر الانترنت، إلى جانب النماذج السلوكية المختلفة المفسرة للسلوك الشرائي للوصول الى استراتيجية تسويقية ناجحة. وتزويدهم بمهارات تطبيق المفاهيم السلوكية المختلفة على واقع المستهلك الفلسطيني. والنواحي التي يمكن الاستفادة منها في دراسة سلوك المستهلك، العوامل والمتغيرات المحيطة المؤثرة على سلوك المستهلك عبر الانترنت. كما سيتضمن المساق عملية اتخاذ القرارات الشرائية للمنتج، وكذلك النظريات والمداخل المختلفة لتفسير سلوكهم وكيفية اتخاذ القرارات لدى المستهلكين. كما يتناول دراسة وتحليل المشتري النهائي بالنسبة لكل نوع من أنواع السلع والخدمات, وتطوير منتجات الشركة لتلبية السلوك المتغير في المستقبل.

This course includes human behavior and its relevance in analysing buying behavior and online behavior, as well as behavioral models that explain purchasing behavior to create a successful marketing plan. And teach them to apply behavioral ideas to Palestinian consumers. And Internet-related elements and variables that may be utilised to research consumer behavior. The course will also cover product purchase choices and consumer behaviour theories. It also describes how the company analyses the eventual customer for each product or service and develops its offerings to adapt to changing consumer behavior.

2. مبادئ التسويق والتسويق الرقمي:

يتناول هذا المساق أساسيات التسويق والتسويق الرقمي كعلم وفن, وعناصره الرئيسية ومعرفة مدى تأثير المنتج بالبيئة المحيطة والتي من خلالها يتم تطويره وتقديمه للمستهلك, بالإضافة إلى تحديد مدى تأثير سلوك المستهلك على آليات تطوير السلعة المقدمة وطرق ترويجها تقليدياً ورقمياً وتقديمها إلى الأسواق المختلفة وتطويرها بما يتناسب مع احتياجات ورغبات المستهلك. يهدف هذا المساق إلى تعريف الطلبة بالمفاهيم الأساسية للتسويق الرقمي والتي تشمل على الانترنت، ومواقع التوصل الاجتماعي، ومحركات البحث، والتحليلات الرقمية لسلوك المستهلك الإلكتروني، عناصر المزيج التسويقي الرقمي، التسويق الفيروسي، الشفافية التسويقية، التعامل الإلكتروني مع المستهلك. كما سيتناول المساق تعريف البيئة التسويقية الفعلية والرقمية وأنواعها ومكونات نظم المعلومات التسويقية لإجراء بحوث تسويقية رقمية مثالية.

This course examines marketing and digital marketing as a science and an art, its main elements, the extent to which the product is affected by the environment in which it is developed and presented to the consumer, and the extent to which consumer behavior affects the mechanisms for developing the offered commodity and methods for promoting it traditionally and digitally and presenting it to different markets and demographics. Students will learn about the Internet, social media, search engines, digital analyses of electronic consumer behavior, the digital marketing mix, viral marketing, marketing transparency, and electronic consumer



interaction in this course. The course additionally covers physical and digital marketing environments, their kinds, and the marketing information system components needed for effective marketing research.

3. صناعة و إدارة المحتوى الرقمي:

يتناول هذا المساق مفهوم أنظمة إدارة المحتوى الرقمي وعناصره ووظائفه، وتصنيفات أنظمة إدارة محتوى الويب، وأفضل نظم إدارة المحتوى الإلكتروني التي تمكّن الطالب من استخدامها بحرية لإنشاء مختلف أنواع المواقع والمنصات الرقمية، وأسباب الاعتماد على المحتوى الرقمي، ومعايير اختيار نظام إدارة المحتوى، والتعريف بالأخطاء الشائعة التي يقع فيها المسوقون عند اختيار نظام إدارة المحتوى، وخصائص أنظمة إدارة محتوى الويب، وإنتاج وإدارة المحتوى الرقمي الناجح على شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية بمختلف أنواعها.

This course covers digital content management systems, their elements and functions, the classifications of web content management systems, the best electronic content management systems that allow students to freely create various types of websites and digital platforms, the reasons for relying on digital content, the criteria for choosing a CMS, and common errors. Web content management systems, how marketers choose them, and how to create and manage effective digital content on social media and websites

4. تصميم المواقع الإلكترونية:

يتناول هذا المساق المبادئ والقواعد العملية التي يحتاجها الطالب لتصميم موقع انترنت ابتداء من مرحلة التخطيط وتحليل الاحتياجات سواء للزائر أو لصاحب الموقع، انتهاء بإنتاج موقع الكتروني كامل يستطيع أي شخص تصفحه ونشره على الانترنت مع ملائمة احتياجات وأهداف كل موقع سواء كان موقع تجاري، عرض معلومات، او مواقع تحكم.

يعتبر هذا المساق أساساً لفهم مراحل تصميم الواجهات التي يجب اتباعها للوصول إلى واجهات تتوافق مع سهولة الاستخدام وتجربة المستخدم (Usability and User Experience)، ويمكن استخدام برامج مساعدة لمحاكاة القواعد عليه كبرنامج Adobe XD, Figma وغيرها لتطبيق مفاهيم (UI/UX Design)، وهي المرحلة الأولية لبناء نموذج أولي للتصميم المراد قبل البدء بإنتاجه ونشره على الانترنت. المرحلة المتقدمة هي تحويل التصميم الأولي إلى موقع باختلاف أنواع المواقع الإلكترونية وكيفية ملائمة التصميم مع أهداف الموقع.

This course covers the practical principles and rules needed to design a website, starting with planning and analysing the needs of either the visitor or the website owner and ending with the production of a complete website that anyone can browse and publish on the Internet with the appropriate needs and objectives of each website, whether it is a commercial website, displaying information, or control sites.



in addition, this course aims to learn the students the steps of interface design that must be followed to produce usable and user-friendly interfaces, and Adobe XD, Figma, and others may be used to replicate the rules. Prototyping the intended design before manufacturing and Internet dissemination. The advanced step involves developing the basic design into a website, considering numerous website kinds and the design's fit with the website's goals.

5. إدارة المبيعات والبيع الشخصي:

يقدم هذا المساق للطلاب معرفة معمقة حول مختلف العوامل التي تؤثر على صنع القرار لدى المستهلك في السوق، وذلك عبر تناول مواضيع خاصة بسلوك الأفراد في السوق، النشاطات اليومية للمستهلكين، تأثير المسوقين على المستهلك، والتنبؤ بسلوك المستهلكين المستقبلي، وعلاقة سلوكيات المستهلك بالتخطيط التسويقي، ونظريات سلوك المستهلك التي تطورت في مجال التسويق أو تطورت من العلوم الاجتماعية الأخرى، وحالات دراسية عن سلوك المستهلك، والخطوات التي يتبناها المستهلك في عملية الشراء. ويتناول أيضًا التأثيرات الداخلية مثل: التحفيز والمشاركة، وأسلوب الحياة، والإدراك، والتعلم، والموقف؛ والتأثيرات الخارجية مثل الثقافة، والثقافة الفرعية، والطبقة الاجتماعية، والمجموعات المرجعية والأسرية.

كما ويهدف هذا المساق إلى تعريف الطلاب بالمصادر المتزايدة لبيانات المستهلك/الجمهور، والعملية المنتظمة للانتقال من البيانات إلى المعرفة، والأدوات اللازمة لاتخاذ قرارات أفضل تتعلق بالمستهلك/الجمهور. حيث تخلق التقنيات الرقمية الناشئة وشعبية وسائل التواصل الاجتماعي كميات هائلة من البيانات يوميًا، الأمر الذي يوفر إمكانية الكشف عن رؤى حول تفضيلات وسلوكيات الجمهور/والمستهلك، وبالتالي سيكون التركيز هنا على تعريف الطلاب بمجموعة واسعة من تحليلات الجمهور/المستهلك على الإنترنت وعلاقتها بحالات التسويق والاتصال.

This course covers market behavior, consumer daily activities, marketer influence, anticipating consumer behavior, consumer behavior and marketing strategy, and consumer behavior theories. as well as Case studies, consumer behavior, and the buying process Motivation, engagement, lifestyle, cognition, learning, and attitude are internal elements; culture, subculture, social class, reference, and family groups are external.

This course also exposes students to growing consumer and public data sources, the logical process of data to knowledge, and the tools needed to make better consumer and public decisions. Also, learning that Emerging digital technologies and social media create vast volumes of data daily, which might indicate audience and customer preferences and behaviors. This course covers online audience and consumer analytics and their use in marketing and communication.



6. مواضيع خاصة بالتسويق الرقمي:

يتناول هذا المساق التعرف على التطورات الحديثة في الأنشطة التسويقية والفرص الجديدة التي خلقها الإنترنت لمنشآت الأعمال. والتعرف على دور التسويق عبر محركات البحث في التسويق لمختلف المشاريع وتحقيق أهدافها المختلفة، سواء كان على صعيد خلق الوعي بما يميز علامتها التجارية، أو تحقيق وصول أوسع، أو الترويج لمختلف المنتجات والخدمات، أو زيادة المبيعات. وتكوين حصيلة كبيرة من مصطلحات التسويق الإلكتروني والإنترنت لدي الطلبة والإلمام بعناصر ومكونات استراتيجية التسويق الإلكتروني الفعالة والبيع الناجح عبر الإنترنت والقدرة على تقييمها. ومعرفة الاتجاهات الحالية والمستقبلية لأنشطة التسويق عبر محركات البحث ومدى تأثيرها على فرص نجاح التسويق عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركة.

This course covers modern marketing trends and Internet-based business potential. Learn how search engine marketing helps advertise projects and achieve their objectives, such as brand recognition, greater reach, product and service promotion, and sales. The development of a significant e-marketing and Internet vocabulary among students, knowledge with the aspects and components of a good e-marketing plan and successful online sales, and the capacity to assess them. Knowing search engine marketing trends and how they affect the company's social media marketing performance.

7. تطبيقات في التصميم الجرافيكي والمونتاج:

يتناول هذا المساق مبادئ التصميم الجرافيكي وتقنياته، وكيفية التعامل مع استخدام الانفوجرافيك واستعمال الألوان وكيفية إنتاج المواد المرئية، ومراحل عملية التصميم وعناصرها. وفهم الطالب لتطبيقات تصميم الجرافيك المختلفة. وقدرة الطالب على العمل على برمجيات التصميم الرقمي مثل "فوتوشوب" و "إلسترتر" وغيرها. توظيف التصميم لأغراض بناء قواعد بيانات ورسومات وخرائط والإعلان التجاري. وكيفية مونتاج البرامج المباشرة والمسجلة.

This course covers graphic design basics, infographics, colors, visual materials, and the design process. The student's graphic design knowledge. "Photoshop" and "Illustrator" skills. Designing databases, visuals, maps, and advertising. How to produce live and recorded programs.

8. الاتصال التسويقي المتكامل:

يتناول هذا المساق التعريف بالمداخل الحديثة للاتصالات التسويقية وعناصرها المختلفة وكيف يمكن التنسيق بينها وبين الاستراتيجية الفعالة للتسويق بصورة تكاملية. تشمل هذه المداخل الإعلان والبيع الشخصي وطرق الترويج التي تستهدف الشركات والأفراد المستهلكين على حد سواء، بالإضافة إلى تنشيط المبيعات والنشر والتسويق عبر الإنترنت والتسويق المباشر، وغير ذلك من طرق الاتصالات التسويقية الحديثة.



This course covers current marketing communications and how to connect them with a successful marketing strategy. These strategies include advertising, personal selling, promotional methods that target organisations and individuals, encouraging sales, publishing, internet marketing, direct marketing, and other current marketing communications tools.

9. التسويق من خلال الشبكات الاجتماعية والهاتف النقال:

يهدف هذا المساق إلى التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي ونشأتها وأهميتها، وتعريف الطلبة بالاستراتيجيات التسويقية الخاصة بالمنتجات والخدمات التي يتم الترويج لها وبيعها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى معرفة كيفية اعداد الخطط التسويقية للشركات العاملة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. كما يهدف هذا المساق إلى التعرف بكافة الأدوات المستخدمة في منصات التواصل الاجتماعي. كما ويتناول المساق دراسة طرق وآليات تسويق تطبيقات الهواتف الذكية وكيفية تحديد الجمهور المستهدف والمنافسين، وصياغة استراتيجيات التسويق الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي.

الجانبي العملي: التعريف بكيفية إدارة منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، بدءاً من تأسيسها، ومن ثم إنشاء المحتوى الخاص بها، ومن ثم التسويق لمختلف أنواع المشاريع من خلالها، ومعرفة كيفية ربط المواقع الإلكترونية بشبكات التواصل الاجتماعي. يتم ذلك عبر استخدام عدد من أشهر المواقع والتطبيقات الرقمية، مثل: اليوتيوب، مدونة بلوجر، فيس بوك، وانستاغرام.

This course introduces social networks, their history, and marketing tactics for goods and services marketed on social media. Students will also design social media marketing strategies. This course identifies all social media sites' tools. The training covers smart phone app marketing, target audience and competition identification, and social media marketing tactics. In addition Introduction to social media management, including setting up accounts, developing content, marketing initiatives, and connecting websites to social networks. This is done through YouTube, Blogger, Facebook, and Instagram.

10. العلامة التجارية والهوية البصرية:

العلامة التجارية هي القيمة المضافة التي غالباً ما تكون المحرك الرئيسي لاستقطاب العملاء وتحقيق للشركات والمؤسسات ميزة تنافسية مستدامة. يعتبر هذا المساق من أهم المساقات التي تؤهل الخريج لسوق العمل عبر الانترنت حيث يتعلم الطالب كيف يسوق لنفسه قبل التسويق لأي مشروع آخر بطريقة صحيحة من خلال استخدام العديد من الاستراتيجيات التسويقية. يركز هذا المساق على انشاء الهوية البصرية بشكل فعال ومؤثر ويتضمن ذلك استراتيجيات اختيار وتصميم الشعارات لمختلف أنواع الشركات، إلى جانب آليات اختيار أسماء الشركات بطريقة تسويقية تقود إلى تحويل الاسم إلى علامة تجارية متميزة، بما يشمل اختيار أنواع الخطوط اللازمة والألوان والمؤثرات التي تساهم في بناء علامة تجارية ترسخ في أذهان الفئات المستهدفة لدى الشركات.

The brand's added value is frequently the primary factor in attracting customers and obtaining a sustainable competitive advantage for businesses and institutions. This course is regarded as one of the most essential for preparing graduates for the Internet-based job market, as students learn how to effectively market themselves prior to marketing any other projects using a variety of marketing strategies. This course



concentrates on developing an influential and effective visual identity. This includes the strategies for selecting and designing logos for various types of businesses, as well as the mechanisms for selecting company names in a marketing manner that leads to the name becoming a distinct trademark, including the selection of fonts, colors, and effects that contribute to the development of a brand. A business firmly established in the consciousness of the target company groups.

11. التجارة الالكترونية:

يتناول هذا المساق دراسة تكنولوجيا المعلومات الخاصة بأسس التجارة الالكترونية وتطبيقاتها في مجموعة من القطاعات والصناعات. الموضوعات التي يغطيها المساق تشمل: الفرص المتاحة في بيئة الأعمال، استراتيجيات التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها، وعناصر التجارة الالكترونية وهيكلتها، ودوافعها التقنية والتجارية، والميزات التنافسية للشركات السباقة لتبني هذا المفهوم، والتقنيات الحديثة وقنوات التوزيع الالكترونية. كما ويتناول مواضيع مثل إدارة النقل، وتحديد الفرص التجارية، والمسائل الاجتماعية والسياسية والأخلاقية، وخطط الأعمال للمشاريع التكنولوجية.

This course focuses on the study of information technology pertaining to the foundations of electronic commerce and its applications in a variety of industries and sectors. Opportunities in the business environment, e-commerce strategies and the challenges they face, elements of e-commerce and its structure, technical and commercial motivations, competitive advantages of companies that adopt this concept first, modern technologies, and electronic distribution channels are covered in this course. In addition, business strategies for technological projects and transportation management are discussed.

12. السلوك التنظيمي للشركات:

يدرس هذا المساق السلوك التنظيمي من منظور الفرد والمجموعة والنظام التنظيمي. السلوك التنظيمي يقدم النظرية التنظيمية وديناميكية مشاركة الإدارة والموظفين في المنظمات الحديثة، تلك النظريات التي تحاول شرح السلوك في المنظمات، كما يمكن للمديرين الاعتماد على تحليل المواقف ووضع الممارسات الفعالة. كما يتناول هذا المساق مجالات السلطة والصلاحيات والقيادة وصنع القرار والتواصل والعلاقات بين الأشخاص والتغيير التنظيمي وحل النزاعات ومواقف الموظفين ودوافعهم. أهداف المنظمة وتصميمها: يتعلق الأمر بالأشخاص العاملين في جميع أنواع المنظمات وكيف يمكن تحفيزهم للعمل معاً بطريقة أكثر فاعلية.

This course examines organizational behavior from the individual, group, and organizational system perspectives. Organizational behavior presents organizational theory and the dynamics of management and employee participation in contemporary organizations, which are theories that attempt to explain behavior in organizations, and managers can rely on analyzing situations and devising effective practices. This course also covers authority, powers, leadership, decision-making, communication, interpersonal relations, organizational change, conflict resolution, and employee attitudes and motivations. Organizational objectives and design are concerned with



motivating employees in all categories of organizations to work more effectively together.

13. أبحاث التسويق:

يتناول المساق موضوع بحوث التسويق ويعرض التطبيق العملي المتعمق لأبحاث التسويق وقيمه في تقديم نظرة أكثر شمولية ودقة لفهم المستهلكين والأسواق المستهدفة وبيئة الأعمال. يقوم الطالب بمراحل أبحاث التسويق الكاملة من صياغة المشكلة إلى الكتابة وتقديم تقرير بحثي.

The course focuses on marketing research and presents the practical application and value of marketing research in providing a more complete and accurate understanding of consumers, target markets, and the business environment. The student progresses through all phases of marketing research, from problem formulation to research report submission.

14. اللغة الإنجليزية الفنية:

تم تصميم هذا المساق لإعداد الطلاب لاستخدام اللغة الإنجليزية في بيئة الأعمال المهنية. سيقوم الطلاب بتطوير مهارات الكتابة والمهارات الشفوية في اللغة الإنجليزية في بيئة الأعمال، وسيتم تعريف الطلاب بالمصطلحات والمفردات المستخدمة في بيئة الأعمال بشكل متواصل. يساعد هذا المساق التدريبي في ممارسة مهارات الاتصال وإثرائها باستخدام اللغة الإنجليزية في أوضاع ومواقف عمل محددة وفي سيناريوهات مختلفة. يعتبر أهم المساقات التي تؤهل الطالب للعمل عبر الانترنت في مجال التسويق الإلكتروني حيث ينقسم المساق لثلاثة محاور هامة الأول التعريف بأهم المصطلحات التقنية المتعلقة بالتخصص وكيفية قراءة المقالات التقنية وفهماها. المحور الثاني يركز على كيفية كتابة السيرة الذاتية باللغة الإنجليزية وتقديم العروض. المحور الثالث يركز أهمية اللغة الإنجليزية نجاح السوق عبر التواصل الاجتماعي.

Students learn business English in this course. In a business atmosphere, students will learn business vocabulary and strengthen written and spoken English abilities. In the workplace, this training course improves English communication abilities. E-marketing online requires this training. Three major axes organise the route. The first is learning how to read technical literature and defining the specialization's most important technical words. Writing a CV and giving English presentations are the second axis. Marketers' social communication success depends on English, according to the third axis.

15. الاعلان الرقمي:

يلقي تخصص الاعلان الرقمي نظرة فاحصة على أساليب وأنواع الإعلانات التقليدية والرقمية والممارسات الاعلانية الرقمية ضمن الإستراتيجيات التسويقية بما يشتمل على تطوير المحتوى الإتصالي وتنفيذ الإعلانات التي تستخدمها مختلف الشركات للتسويق لأعمالها، وزيادة القدرة على توظيف القدرات والإمكانيات اللغوية بتقديم محتوى يمتاز بالفائدة والجاذبية. يغطي هذا المساق مجموعة واسعة من الموضوعات، بما في ذلك أصول الإعلان، وإنشاء الإعلانات، وتفسير الإعلانات، وتأثير عوامل كالطبقة، والجنس في الإعلان والبيع، والإعلان والأخلاق،



ومستقبل الدعاية. يدرس الطلبة في هذا المساق طرق تطوير حملات إعلانية رقمية فعالة، إضافة لكيفية الاستفادة من الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول للفئات المستهدفة وتحقيق الأهداف الإعلانية. تستعرض المحاضرات الأطر النظرية وتطبيقاتها على الإعلانات. بالإضافة إلى ذلك، يتعلم الطلاب كيفية إنشاء الحملات الإعلانية الرقمية وإطلاقها بميزانيات صغيرة وبمهارات تصميم محدودة أو حتى (معدومة). تشمل هذه الدورات: البحث (إعلانات جوجل)، وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك و إنستاجرام و تويتر) والإعلانات المحلية. كما يحصل الطلاب الذين يكملون المساق على مهارات صياغة وتحليل ونقد الإعلانات التجارية المختلفة.

The Digital Advertising major covers traditional and digital advertising methods and practices within marketing strategies, including developing communication content and implementing advertisements used by various companies to promote their business and improving linguistic skills by providing useful and appealing content. This course covers the origins, invention, interpretation, class, and gender influences on advertising and selling, ethics, and the future of advertising. Students learn how to utilise social media and the Internet to reach specific audiences and achieve advertising goals in this course.

Lectures include theoretical foundations and advertising applications. Students also learn how to construct and run digital advertising campaigns on a budget and without design skills. Search, social media, and Native Ads are included. Successful students can write, analyze, and evaluate commercial ads.

16. الإدارة الاستراتيجية للتسويق الرقمي :

يتناول المساق استراتيجيات التسويق ودمجها مع مختلف مجالات دراسة التسويق والأعمال. تساعد الطالب على تطوير منظور " الصورة الاشملى " حيث يعمل الطالب على صياغة إستراتيجية للتسويق وتنفيذها في بيئة أعمال ديناميكية، والتي يمكن الخريج من رسم وتخطيط السياسات والاستراتيجيات الإدارية من وجهة نظر الإدارة العليا وبالتحديد الدور الذي يقوم به المدير العام في ظل المشاكل داخل المؤسسات، التحليل الرباعي لنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات، الخطوات العملية لوضع السياسات الاستراتيجية، الرؤيا الاستراتيجية في الإدارة، تنفيذ الاستراتيجيات، تقييم وعرض الاستراتيجيات.

This course examines marketing strategies and their integration with various marketing and business disciplines. The student works on formulating a marketing strategy and implementing it in a dynamic business environment, which enables the graduate to develop and plan administrative policies and strategies from the perspective of senior management, specifically the role of the general manager in the context of institutional problems. analysis The quartet of strengths, vulnerabilities, opportunities, and threats, practical steps for developing strategic policies, strategic vision in management, strategy implementation, evaluation, and presentation.

17. تدريب ميداني:

يقوم هذا المساق بتقديم التدريب الميداني في مجال التسويق والتسويق الرقمي، حيث يمكن الطلاب من اكتساب خبرة عملية خلال الفصل الأخير قبل إنهائه لهذه المرحلة. يتكون البرنامج من 150 ساعة معتمدة من الخبرة العملية،



حيث يخوض الطلبة تجربة العمل في إحدى الشركات/المؤسسات ذات العلاقة وتطبيق ما تعلموه خلال فترة دراسته، بالإضافة إلى تنمية مهاراتهم في مجال نقل المعرفة إلى مشاريع مجدية وناجحة سوقياً واقتصادياً، الأمر الذي يساهم في تقليل الفجوة بين الحياة الأكاديمية داخل الكلية والحياة العملية في سوق العمل. وعليه يقوم الطالب بتقديم تقرير عن تجربته في العمل وسيطلب من أرباب العمل تقديم تقييم لأداء الطالب.

This course provides students with actual marketing and digital marketing experience in the last semester before graduating. 150 credit hours of practical experience in a related company/institution allow students to apply what they learned in school and develop skills in transferring knowledge to marketable and economically viable projects, bridging the gap between college and the job market. Thus, students submit work experience reports and employers must evaluate them.

18. إدارة الموارد البشرية:

يتناول المساق لمحة عامة عن المبادئ والتقنيات الأساسية لتوظيف وتدريب وتطوير وتحفيز والكادر الوظيفي بمكان العمل وتقييم أدائهم، وسبل الحفاظ عليهم على المدى البعيد. سيتم تعريف الطلاب على النظريات والاستراتيجيات المستخدمة في التوظيف والتخطيط والاختيار، وخطوات ومراحل عملية التوظيف الداخلية والخارجية، والإطلاع على الأساليب الخاصة لعمل برامج التدريب والتطوير، وتقييم البرامج. بالإضافة إلى المبادئ ونظريات وموضوعات التدريب والتطوير والتحفيز والتعلم. يتناول المساق لمحة عامة عن نظريات التفاوض والاستراتيجيات والأساليب في سياق التوظيف. ويتناول مهارات التفاوض والوساطة الأساسية، ونهجاً لحل المشكلات، واختيار الاستراتيجيات والتكتيكات المناسبة لمفاوضات معينة. يقدم المساق نظرة عامة على نظريات ونماذج ومفاهيم الإدارة للموارد البشرية. والهيكل التجارية متعددة الجنسيات والأخلاقيات الواجب تبنيها في بيئة العمل، بالإضافة إلى التوظيف والتعويض والتدريب والتطوير وتقييم الأداء وتطويره. كما ويتم التركيز على كيفية تعامل المناطق المختلفة مع إدارة الموارد البشرية.

The course covers the basics of hiring, training, developing, motivating, assessing, and keeping workers. Students will learn about recruiting, planning, selection, internal and external recruitment, training and development programs, and program assessment. This course also addresses motivation and learning. The course covers employment negotiation ideas, methods, and procedures. It includes negotiation, mediation, problem-solving, and strategy and method selection. The course covers HRM theories, models, and concepts. The work environment must include global company structures and ethics, recruiting, remuneration, training and development, performance assessment, and development. Regional HR management is also highlighted.

19. اللغة التركية :

دراسة أساسيات و مبادئ اللغة التركية، حيث تشمل مهارات اللغة الأربعة القراءة و الكتابة و المحادثة والاستماع الى المستوى الذي يستطيع فيه كتابة جمل صحيحة والتعبير عن الذات بكلمات بسيطة وفهم المقروء والمسموع بمستوى فقرة حول اشياء تتعلق وتحيط به.



This course aims to teach students Turkish reading, writing, speaking, and listening skills, as well as how to write precise sentences, speak well, and understand paragraph-level reading and hearing about their local area.

20. مشروع التخرج:

عبارة عن مساق دراسي يحضره الطلاب خلال السنة الأخيرة من دراستهم في الكلية. يتطلب من الطلاب أن يحضروا الطلاب للقاء واحد على الأقل مع المدرس المشرف للقيام بلقاءات نقاش وتصويب للمراحل التي ينهيا الطالب خلال مشروع تخرجه لتسهيل اتخاذ أي إجراءات تصحيحية عند الضرورة. في نهاية الفصل, يجب على كل طالب تقديم ورقة بحثية مكتوبة إلى كلية إدارة الكلية, تتضمن دراسة وتحليل لنظريات تسويقية, أو معالجة لمشكلة تسويقية. كما يجب على كل طالب تقديم عرض شفوي بالمشروع.

The course is taken by college students in their final year of study. Students are required to attend at least one meeting with the supervising teacher to conduct discussion meetings and rectify the phases of the student's graduation project in order to facilitate the implementation of any necessary corrective measures.

Each student must submit a written research paper to the Faculty of Management at the conclusion of the semester. The paper must include an examination and analysis of marketing theories or a solution to a marketing problem. Additionally, each student must deliver an oral presentation of the project.