



جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



" الريادة والأبداع في الأعمال "
"Entrepreneurship and
Innovation in Business"

" عراقة وجودة "
"Tradition and Quality"

| | |
|--|---------------|
| نموذج الخطة الدراسية لبرامج الماجستير - إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها / قسم التسويق الرقمي | QF05/0413-4.0 |
|--|---------------|

الخطة الدراسية لتخصص التسويق الرقمي (برنامج الماجستير) رقم

اعتمدت بقرار مجلس العمداء رقم بتاريخ

| | |
|------------------------------------|--|
| نظام الدراسة/ برنامج هجين | عدد ساعات الخطة (33) ساعة معتمدة |
| <input type="checkbox"/> علوم طبية | <input checked="" type="checkbox"/> إنساني |
| <input type="checkbox"/> علمي/تقني | <input type="checkbox"/> |

| نمط التدريس | النسبة المئوية من ساعات الخطة الدراسية/ العدد | النموذج المستخدم (متزامن : غير متزامن) |
|---------------------------------|---|--|
| مواد التعلم الإلكتروني الكامل | 18% العدد (6) ساعات معتمدة | 1:1 |
| مواد التعلم المدمج (للإنسانية) | 45% العدد (15) ساعة معتمدة | 1:1 |
| مواد التعلم الوجيهي (للإنسانية) | 37% العدد (12) ساعة معتمدة | 0:2 |

ملاحظة مهمة: (توزع أنماط التدريس للمواد الدراسية على جميع المستويات الدراسية في البرنامج، وساعات الرسالة تدرس بنمط التعلم المدمج)

رؤية البرنامج: اعداد كوادر ريادية وبناء كفاءات متخصصة ومتقدمة في مجال (التسويق الرقمي) مزودة بمعارف ومهارات وكفايات وقدرات قيادية لتلبية احتياجات سوق العمل من رواد الأعمال الناشئة المبتكرين والاداريين والمديرين المحترفين في جميع وظائف التسويق الرقمية وذلك من خلال:

- 1- تقديم برنامج ماجستير تعليمي متميز يحقق التكامل بين نواتج التعلم في جميع حقول (التسويق الرقمي) مع مواصفات المستوى التاسع (المعرفة، المهارات والكفايات) الواردة في الإطار الوطني للمؤهلات.
- 2- تزويد الطلبة بتعليم عالي الجودة وفقاً لمعايير هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي وضمان جودتها وهيئة اعتماد كليات الاعمال الامريكية AACSB.
- 3- تهيئة وتعميق وتطبيق نظم وأدوات تكنولوجيا المعلومات والتقنيات الرقمية المبتكرة في عمليات التعليم والتعلم المبني على المتعلم وفهم احتياجاته والتفاعل معه.
- 4- تعزيز ثقافة الريادة والابتكار والتعلم مدى الحياة والتشارك المعرفي وتطوير الذات والتواصل الانساني بأساليب وطرق مبتكرة.
- 5- تعميق اساليب البحث العلمي في اعداد الرسائل والبحوث العلمية بما يساهم في عملية الربط بين الإطار النظري والجانب التطبيقي وسوق العمل الرقمي.

مخرجات التعلم للبرنامج (MK= Main Knowledge, MS= Main Skills, MC= Main Competences)

| المعارف الرئيسية | |
|-------------------|---|
| MK1 | إظهار معرفة شاملة ومتناسقة ومنظمة بنظريات ومفاهيم التسويق التقليدية والرقمية الحديثة. |
| MK2 | فهم شامل لطرائق وأساليب حل المشاكل في مجالات الأعمال والإدارة المختلفة. |
| MK3 | توظيف التفكير التحليلي النقدي لتقييم الفرص والتحديات وعناصر القوة والضعف في البيئتين المحلية والعالمية للتسويق. |
| المهارات الأساسية | |
| MS1 | تطبيق مهارات متنوعة لاحتياجات سوق العمل في المجال التسويقي الرقمي وضمن مختلف المستويات الإدارية. |
| MS2 | توظيف المهارات الكمية والتحليلية في حل المشكلات المعقدة وإيجاد حلول إبداعية مهنية لها. |
| الكفايات العامة | |
| MC1 | التواصل الذكي والمرن والتعاون بشكل فعال ومهني في فرق العمل المتباينة. |
| MC2 | القدرة على القيادة المهنية من خلال منظومة من القيم المهنية لممارسة التسويق الرقمي الحديث وفقاً للمعايير الأخلاقية العالمية لقواعد سلوك العمل. |

أولاً: مسار الرسالة (33 ساعة معتمدة):

| ملاحظات | استرشاد | | ساعة معتمدة | اسم المادة | رقم المادة | نمط التدريس | | |
|--|----------------|---------------|-------------|---------------------------------------|------------|-------------|-----------|---------------|
| | السنة الدراسية | الفصل الدراسي | | | | تعلم وجاهي | تعلم مدمج | تعلم إلكتروني |
| أ: المتطلبات الإلزامية (18 ساعة معتمدة) | | | | | | | | |
| | 2 | 1 | 3 | منهجية البحث للأعمال | 508700 | • | | |
| | 1 | 1 | 3 | إدارة التسويق المتقدمة | 508710 | • | | |
| | 2 | 1 | 3 | التسويق الرقمي المتقدم | 508720 | | • | |
| | 1 | 2 | 3 | سلوك المستهلك الرقمي المتقدم | 508735 | • | | |
| | 1 | 2 | 3 | الإعلان الرقمي المتقدم | 508721 | | • | |
| | 2 | 1 | 3 | التسويق الدولي المتقدم | 508745 | • | | |
| ب: المتطلبات الاختيارية (6 ساعات معتمدة) | | | | | | | | |
| | 1 | 1 | 3 | الاتصالات التسويقية الرقمية المتقدمة | 508712 | | • | |
| | 2 | 2 | 3 | البيانات الضخمة وإدارة علاقات الزبائن | 508760 | | • | |
| | 2 | 1 | 3 | تسويق الخدمات الرقمي | 508734 | | • | |
| | 2 | 1 | 3 | التحليل الإحصائي المتقدم للأعمال | 506724 | • | | |
| | 2 | 2 | 3 | استراتيجيات التسويق الرقمي المتقدمة | 508746 | | | • |
| | 2 | 2 | 3 | التسويق عبر محركات البحث | 508722 | | | • |
| ج: الرسالة (9 ساعات معتمدة) (تعليم مدمج) | | | | | | | | |

ثانياً: مسار الشامل (33 ساعة معتمدة):

| ملاحظات | استرشاد | | ساعة معتمدة | اسم المادة | رقم المادة | نمط التدريس | | |
|--|----------------|---------------|-------------|---------------------------------------|------------|-------------|-----------|---------------|
| | السنة الدراسية | الفصل الدراسي | | | | تعلم وجاهي | تعلم مدمج | تعلم إلكتروني |
| أ: المتطلبات الإلزامية (24 ساعة معتمدة) | | | | | | | | |
| | 2 | 1 | 3 | منهجية البحث للأعمال | 508700 | • | | |
| | 1 | 1 | 3 | إدارة التسويق المتقدمة | 508710 | • | | |
| | 2 | 1 | 3 | التسويق الرقمي المتقدم | 508720 | | • | |
| | 1 | 2 | 3 | سلوك المستهلك الرقمي المتقدم | 508735 | • | | |
| | 1 | 2 | 3 | الإعلان الرقمي المتقدم | 508721 | | • | |
| | 2 | 1 | 3 | التسويق الدولي المتقدم | 508745 | • | | |
| | 1 | 1 | 3 | الاتصالات التسويقية الرقمية المتقدمة | 508712 | | • | |
| | 2 | 2 | 3 | تسويق الخدمات الرقمي | 508734 | | • | |
| ب: المتطلبات الاختيارية (9 ساعات معتمدة) | | | | | | | | |
| | 1 | 1 | 3 | أخلاقيات التسويق الرقمي | 508723 | | • | |
| | 2 | 2 | 3 | البيانات الضخمة وإدارة علاقات الزبائن | 508760 | | • | |
| | 2 | 1 | 3 | تجربة المستهلك الرقمية | 508736 | | • | |
| | 2 | 1 | 3 | التحليل الإحصائي المتقدم للأعمال | 506724 | • | | |
| | 2 | 2 | 3 | استراتيجيات التسويق الرقمي المتقدمة | 508746 | | | • |
| | 2 | 2 | 3 | التسويق عبر محركات البحث | 508722 | | | • |
| ج: الامتحان الشامل (0 ساعة معتمدة) | | | | | | | | |

