

التوصيف المختصر للمقررات الدراسية

المستوى الثامن				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	سوق ٣٢٩	بحوث الإعلان والتسويق	٤	يتناول المقرر المنهجية العلمية التي يمكن من خلالها جمع البيانات الخاصة بالقضايا التسويقية لتحليلها وتوفير المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار التسويقي الأمثل.
٢	سوق ٤٣٤	التسويق الدولي	٤	يتناول مقرر التسويق الدولي الاستراتيجيات والآليات المهمة والأساليب التسويقية المهمة للتوسع وتنمية المشاريع في الأسواق الجديدة بشكل دولي.
٣	سوق ٣٢٨	تصميم الإعلان الإلكتروني	٤	أصبح الانترنت في الوقت الحالي مليئاً بالإعلانات الرقمية، وهذا يعتبر مؤشرات ودلائل على أهمية الإعلان الإلكتروني، ومدى الأرباح والمبيعات التي يحققها للشركات المعلنة وهذا يتطلب دراسة لأسس تصميم الاعلان الالكتروني وكيفية تنفيذه وتقييمه
٤	علق ٣٢٣	العلاقات العامة التسويقية	٣	يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق للأفكار والخدمات وأهميته، والفرق بين التسويق والبيع، والمزيج التسويقي ووظائف التسويق، والبيئة التسويقية، وسلوك المستهلك وقنوات التوزيع، والتسويق الدولي، ومراحل انتشار الأفكار الجديدة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، ووضع الخطط والاستراتيجيات التسويقية الفعالة، مع التطبيق العملي.
٥	قرا ٢٥١	القرآن الكريم	١	يحفظ الطالب جزء من القرآن الكريم ويتقن تلاوة جزء آخر

المستوى التاسع				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	سوق ٤٣٠	تخطيط حملات الاتصال التسويقي	٤	يستعرض هذا المقرر أهمية التخطيط لحملات الاتصال التسويقي وكيفية تصميمها وتنفيذها.
٢	سوق ٤٣١	إدارة العلامة التجارية	٣	تعتبر إدارة العلامات التجارية وظيفة اتصال تشمل عمليات تحليل وتخطيط كيفية طرح العلامة التجارية في السوق، والهدف من ذلك تقديم العلامة التجارية للجمهور والحفاظ على السمعة المنشودة لها في السوق. فضلاً عن أن تطوير علاقة جيدة مع الجمهور المستهدف هو أمر ضروري لإدارة العلامات التجارية. تتضمن العناصر الملموسة من إدارة العلامات التجارية المنتج نفسه، والمظهر والسعر والتغليف وغير ذلك. أما العناصر غير الملموسة فتشمل الخبرة التي يكتسبها المستهلك من المنتج والعلاقة التي تربطه بالعلامة التجارية.
٣	سوق ٤٣٢	التسويق الاجتماعي	٣	يتناول المقرر أساليب وطرق بناء خطة اتصالية تسويقية لمنتج اجتماعي، ومعوقات التخطيط للاتصال التسويقي الاجتماعي، مع عرض نماذج وأمثلة لخطة تسويق اجتماعي.
٤	سوق ٤٣٣	حالات دراسية	٤	يتناول المقرر حالات دراسية متخصصة في مجال الاتصال التسويقي، تشمل كافة أنشطته (الإعلان والوظيفة التسويقية للعلاقات العامة والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والرعايات والمعارض والتسويق المباشر) سواءً عبر الوسائل الحديثة أو التقليدية.
٥	سوق ٤٣٥	القياس التسويقي	٣	يستعرض المقرر كيفية استخدام التسويق الكمي في اتخاذ القرارات التسويقية، من خلال معرفة المهارات الأساسية للتحليل الكمي لأنشطة الاتصال التسويقي.