

## مسار الاتصالات التسويقية الرقمية

DMC 300	كود المقرر	ادارة العلاقات مع العملاء Customer Relationship Management	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يتعرف الطالب على مفهوم إدارة العلاقات مع العملاء وأهميته في العملية التسويقية، يصنف الطالب وظائف إدارة العلاقات. مع العملاء، يطور الطالب استراتيجيات بناء علاقات جيدة مع العملاء في المنظمات، يكون الطالب قادرا على حل المشكلات مع العملاء وإشراكهم في اتصالات المنظمة، ويتعرف تحليل العملاء والتعرف على أنواعهم، وسائل خدمة العملاء، أهمية الاتصال اللفظي وغير اللفظي في إدارة العلاقات مع العملاء، برامج إدارة العلاقات . مع العملاء، استخدام التكنولوجيا الحديثة في إدارة العلاقات مع العملاء</p>			توصيف المقرر

DMC 301	كود المقرر	التسويق بالعلاقات العامة Public relations Marketing	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>مفهوم التسويق، وعناصر المزيج التسويقي (المنتج- التسعير- السلعة – الترويج) ، وعناصر المزيج الترويجي (العلاقات العامة – الإعلان- البيع الشخصي- التسويق المباشر- الرعاية- التسويق الإلكتروني) ومكانة العلاقات العامة وسط المزيج الترويجي ، العلاقة بين التسويق والعلاقات العامة، تاريخ تطور العلاقات العامة ، التكامل بين التسويق والعلاقات العامة ، عناصر التسويق في ظل عصر تكنولوجيا المعلومات،</p>			توصيف المقرر

DMC 400	كود المقرر	تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصالات التسويقية Artificial Intelligence Applications in Marketing Communications	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الذكاء الصناعي والتطبيق التسويقي و التعرف على استراتيجيات وبرامج التسويق بمنشآت الأعمال و أحدث الاستراتيجيات الاتصالات التسويقية وتوضيح دور الشركات وطرق واستراتيجيات التعامل مع وسائل الإعلام وتنظيم الندوات الجماهيرية للرد على المشكلات وتحسين صورة المؤسسة الصناعية وتنظيم الأقسام ذات الصلة بالعمل الصناعي في إدارة التسويق وتسويق البرامج بهذه المؤسسات واستخدام تطبيقات الإعلام الرقمي في بناء صورة طيبة عن المؤسسة.</p>			توصيف المقرر

DMC 401	كود المقرر	بحوث السوق Market Research	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بماهية بحوث السوق وأهميتها لاتخاذ القرارات التسويقية وتزويده بالإطار النظري لعملية بحوث السوق العلمي بالإضافة إلى تعريف الطالب بالأدوات المستخدمة في جمع وتحليل وتفسير البيانات كذلك يهدف إلى تعريف الطالب بعملية القياس في</p>			توصيف المقرر

بحوث السوق وأساليب جمع البيانات التسويقيه كما يهدف إلى اكساب الطالب مهارات اجراء البحوث فى السوق وكذلك يهدف إلى التعريف ببحوث تطوير السلع والخدمات وبحث ابتكار المنتجات.
--

DMC 402	كود المقرر	الاتجاهات المعاصرة في التسويق Contemporary Trends in Marketing	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يناقش المقرر عددا من الموضوعات التسويقية المعاصرة التي تستحوذ على اهتمام باحثي ومديري التسويق في وقت تقديم المقرر. يتيح المقرر الفرصة للطلبة لتقييم آثار التطورات المعاصرة في كل من الفكر والتطبيق التسويقي على استراتيجيات وبرامج التسويق بمنشآت الأعمال. يتضمن المقرر مزيجا من المحاضرات والمناقشات والقراءات والتمارين والواجبات والمراجعة النقدية للأدبيات ودعوة بعض الباحثين ومديري التسويق بمنشآت الأعمال لتقديم نتائج بحوثهم الحديثة وخبرتهم في مجال التسويق أمام الطلبة ومناقشتها معهم، وقد تختلف موضوعات المقرر من فصل دراسي لآخر.</p>			توصيف المقرر

DMC 403	كود المقرر	مشروع التخرج Graduation projects	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
-	٦	٣	لا يوجد
<p>يتم تقسيم الطلبة والطالبات إلى مجموعات تحت إشراف إدارة القسم، وتقوم كل مجموعة بالتخطيط للمشروع ثم يقوم أفراد المجموعة باستكمال كافة الخطوات اللازمة لانتاج عمل اذاعي، مثل جمع المادة الإعلامية وتحريرها ومناقشتها وإنتاجها واخراجها .</p>			توصيف المقرر