

اسم المقرر	معمل الاتصالات التسويقية	كود المقرر	MC(300)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٦	-
توصيف المقرر	يمارس الطالب تطبيقات عملية في مجال انتاج برنامج اتصال فعال في مجال الاتصالات التسويقية وذلك في ضوء ماتم دراسته في مختلف مقررات الاتصالات التسويقية من حيث المزيج التسويقي الذي يحتوى على الترويج والتسعير والمنتج والتوزيع		

اسم المقرر	الاتصالات التسويقية المتكاملة	كود المقرر	MC (301)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	يعتمد هذا المقرر على دراسة عملية الاتصالات التسويقية المتكاملة بمفهومها الحديث متضمنة التنسيق المتكامل بين أنشطة الإعلان والنشر والبيع الشخصي والعلاقات العامة والتسويق المباشر ووسائل تنشيط المبيعات في إطار متكامل .. شاملا تخطيط وتنظيم هذه الأنشطة وتقييم فاعليتها.		

اسم المقرر	استراتيجيات التسويق و الاعلام	كود المقرر	MC (302)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	يهدف هذا المقرر تعريف الطالب بطبيعة وأهمية الاستراتيجيات الإدارية عموما والتسويقية خاصة من حيث الأنواع ومجالات استراتيجيات التسويق، والتعريف بكيفية صياغة وتصميم واختيار الاستراتيجية التسويقية خاصة استراتيجيات المنافسة، والعلامة التجارية وتقسيم السوق.		

اسم المقرر	انتاج الحملات الاعلانية	كود المقرر	MC (303)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	في هذا المقرر يدرس الطالب نظريات الإعلان والأسس والأساليب المتبعة في الحملات الاعلانية، ويتم ذلك داخل قاعة الدرس كما يتم اختبار وصقل ذلك في بيئة العمل الواقعية. كما يقوم الطلبة والطالبات بتشكيل فريق إعلاني، ويتم تشكيل أفراد هذا الفريق للقيام بالأدوار التالية: المسئول التنفيذي لحسابات الوكالة الاعلانية، والمسئول عن اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة للإعلان، وكاتب الإعلان، والمخرج الفني، ومصور أفلام الفيديو والمنتج. ويتعهد فريق العمل هذا بمهمة إنتاج فعالية يقوم من خلالها بتحليل المشكلة الاتصالية وتطوير إستراتيجية العمل، وإعداد وإنتاج حملات اتصال تسويقية متكاملة.		

اسم المقرر	التدريب الميدانى	كود المقرر	MC (307)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	١١	٢٢	-

يهدف هذا المقرر إلى إتاحة الفرصة للطلاب لتطبيق ما تعلمه من معلومات وأفكار ومفاهيم نظرية، تطبيقاً عملياً، وإكسابه مهارات العمل الاتصالي والإعلامي، وممارسة الوظائف الاتصالية والإعلامية المتعددة داخل المؤسسة وخارجها، وتهيئة الطالب للخروج للحياة العملية وربط الإطار النظري بميدان العمل.	توصيف المقرر
--	--------------

اسم المقرر	بحوث السوق	كود المقرر	MC (304)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	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 بحوث السوق وأساليب جمع البيانات التسويقية كما يهدف إلى اكساب الطالب مهارات اجراء البحوث في السوق وكذلك يهدف إلى التعريف ببحوث تطوير السلع والخدمات وبعوث ابتكار المنتجات.		

اسم المقرر	دراسة الجدوى	كود المقرر	MC (305)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	يدرس الطالب في هذا المقرر مفهوم وأهمية، ومكونات دراسة الجدوى، كما يتعرف الطالب على دراسة الجدوى الاقتصادية والفنية والتسويقية كما يتعلم الطالب الجدوى الاقتصادية والقومية للمشاريع، مع اكتساب القدرة على المشاركة ضمن فرق اعداد دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع المختلفة.		

اسم المقرر	تصميم و إنتاج الاعلان	كود المقرر	MC (306)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	في هذا المقرر يتعلم الطالب العمليات الخاصة بإنتاج الإعلان والاستراتيجيات والأساليب المتبعة فيها. كما يتضمن هذا المقرر أربعة مقررات فرعية تدرج في إطاره، وكل مقرر فرعي يركز بصفة أساسية على تصميم وإنتاج الإعلان الخاص بكل وسيلة إعلامية، فهناك الإعلان المطبوع للصحف والمجلات وهناك الإعلان الخاص بالتلفزيون والإعلان الخاص بمحطات الإذاعة والإعلان على شبكة الإنترنت.		

اسم المقرر	التسويق السياحي والفندقي	كود المقرر	MC(400)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	يهدف هذا المقرر إلي تزويد الطالب بالمهارات اللازمة لتطبيق المفاهيم التسويقية في مجال السياحة، من خلال التعرف على مفهوم وطبيعة الخدمة السياحية وخصائصها، والبيئة التسويقية السياحية، وتشريح الأسواق		

السياحية وكيفية التخطيط لها. إضافة إلي قرارات المزيج التسويقي السياحي وأبعاد ومجالات التسويق السياحي.

اسم المقرر	مشروع التخرج	كود المقرر	MC (401)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٦	١٢	-
توصيف المقرر يتم تقسيم الطلبة والطالبات إلى مجموعات تحت إشراف إدارة القسم، وتقوم كل مجموعة بالتخطيط المشروع ثم يقوم أفراد المجموعة باستكمال كافة الخطوات اللازمة لإنتاج المشروع للاعلام الالكتروني، مثل جمع المادة الإعلامية وتحريرها ومناقشتها وتصميم صفحاتها وإنتاجها.			

اسم المقرر	وكالات الاعلان	كود المقرر	PR (403)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر مفهوم وكالات الاعلان، ونشأتها وتطورها، مهام ووظائف وكالة الاعلان، وكالة الاعلان كمنتج ووسيط، انتاج الاعلان وتسويقه، القواعد المنظمة لعمل وكالات الاعلان، موانيق الشرف لإعلاني، التحديات التي تواجه وكالات الاعلان والإنتاج الإعلاني (سياسية - اقتصادية - اجتماعية - ثقافية)، وكالات الاعلان في المجتمعات الرأسمالية والمجتمعات النامية.			

اسم المقرر	البيع الشخصي و تنشيط المبيعات	كود المقرر	MC (404)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر يتناول هذا المقرر مفهوم البيع الشخصي وأهميته واهدافه ووظائفه ومزايا وعيوب البيع الشخصي كما يتناول هذا المقرر رجال البيع وواجباتهم وسماتهم وكيفية تقييم رجال البيع وخطوات العملية البيعية . يتناول هذا المقرر مفهوم تنشيط المبيعات وأهميته واهدافه ووظائفه و التأكيد على أهمية تنشيط المبيعات وما لها من دور كبير في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك وتمكين الطالب من التعامل مع أدوات تنشيط المبيعات والتخطيط لها بما يتناسب مع القطاع السوقي.			

اسم المقرر	موضوعات معاصرة في التسويق	كود المقرر	MC (405)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر 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.

اسم المقرر	التسويق الدولي	كود المقرر	MC (406)
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	يركز هذا المقرر على أهم القضايا المتعلقة بإدارة التسويق الدولي بما فيها القرارات التي يتخذها المديرون الدوليون عند تحديدهم سياسات التخطيط التسويقي، والمزيج التسويقي، والتنظيم والرقابة على العمليات التسويقية الدولية في بيئة أعمال عالمية تتميز بالتغيير المستمر والتعقيد.		