

### **MKT 311: سلوك المستهلك**

يهدف هذا المقرر الى تزويد الطلاب بمعلومات متعمقة للنظريات النفسية التي تحلل سلوك المستهلك وطرق البحث عن سلوك المستهلك و التي سيتم تطبيقها في الإعلانات التجارية والتسويق للمنتجات.  
MKT 102 & ECO 202 :المتطلب السابق

### **MKT 312:بحوث التسويق**

يتناول هذا المقرر استخدام البحوث التسويقية كوسيلة مساعدة لاتخاذ القرارات التسويقية على وجه التحديد، و يبين كيفية جمع وتحليل المعلومات المستخدمة في اتخاذ القرارات التسويقية. ويعتبر هذا المقرر مناسب للباحثين في مجال التسويق و لصناع القرار (المستخدمين المحتملين لنتائج البحث) كما يساعد هذا المقرر على صياغة مشكلة تسويقية في شكل سؤال بحث عملي يمكن الرد عليه  
MKT 311 :بمنهجية علمية. المتطلب السابق

### **MKT 411:استراتيجيات التسويق**

يمكن هذا المقرر المختصين في مجال التسويق من القدرة على تحديد ومعالجة استراتيجية التسويق و اتخاذ القرارات المتعلقة بالتسويق الاستراتيجي بالإضافة الى ترسيخ المفاهيم والنظريات المرتبطة بمجال التسويق. و يمكن هذا المقرر الطالب من اكتساب مهارات تشخيص مشاكل التسويق الاستراتيجي و تحديد وتقييم الحلول الاستراتيجية المحتملة لقضايا التسويق في الشركات المعاصرة  
MKT 311 :.المتطلب السابق

### **MKT 415:إدارة المبيعات**

يعرّف هذا المقرر الطلاب على نظام إدارة المبيعات وإدارة مندوبي المبيعات في السوق كما يقدم لمحة عامة عن المبادئ الأساسية للتسويق ونظرياته جنباً إلى جنب مع النظريات المطبقة على البيع  
MKT 102 & ECO 202 :وإدارة المبيعات. المتطلب السابق

### **MKT 418:التسويق الدولي**

يعرّف الطلاب على نظام التسويق الدولي والحاجة إلى إنشاء قيمة للعملاء وعلاقات العملاء في السوق الدولية. يقدم نظرة عامة على مبادئ التسويق ، والمفاهيم ، واستراتيجيات الإدارة والتكتيكات

، إلى جانب الأدوات التحليلية ، التي تستخدمها المؤسسات في وضع خطة تسويقية للترويج للأفكار ،  
MKT 311: والمنتجات أو الخدمات للعملاء المستهدفين. المتطلب السابق

### **MKT 314: إدارة التسويق**

في هذه المقدمة الشاملة والعملية لإدارة التسويق ، يحسن الطلاب من قدرتهم على اتخاذ قرارات تسويقية فعالة ، بما في ذلك تقييم فرص التسويق وتطوير استراتيجيات التسويق وخطط التنفيذ. تشمل موضوعات المقرر التخطيط الاستراتيجي الموجه نحو السوق ، بحوث التسويق ونظم المعلومات ، سلوك المشتري ، اختيار السوق المستهدف ، الوضع التنافسي ، تخطيط المنتجات والخدمات والاتصالات المتكاملة ، بما في ذلك الإعلانات والعلاقات العامة والتسويق عبر الإنترنت ووسائل **MKT 102 & ECO 202**: التواصل الاجتماعي والتسويق المباشر والمبيعات. المتطلب السابق

### **MKT 315: استراتيجية العلامة التجارية**

يعد بناء حقوق ملكية العلامة التجارية والحفاظ عليها بفعالية من بين الأولويات العليا للشركات عالية الأداء. تعمل العلامة التجارية الفعالة وإدارة العلامة التجارية على تحقيق نتائج مالية فائقة وولاء المستهلك وعزل تنافسي. يوفر هذا المقرر للطلاب نظرة ثاقبة حول كيفية إنشاء استراتيجيات العلامة التجارية المربحة والآثار المترتبة للمتخصصين في إدارة العلامات التجارية. المتطلب **MKT 102 & ECO 202**: السابق

### **MKT 323: التسويق الإلكتروني**

يهدف المقرر الى شرح و توضيح عمليات تخطيط وتنفيذ استراتيجية شاملة للتسويق الإلكتروني باستخدام استراتيجيات بديلة للتسعير عبر الإنترنت ، الإعلان على شبكة الإنترنت والترويج ، وقنوات توزيع الإنترنت ؛ كما تتناول القضايا الهامة الأخرى ، مثل اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم والتحديات التي تواجهها الشركات في تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني في الأسواق العالمية. **MKT 311**: المتطلب السابق

### **MKT 324 : تسويق الخدمات**

يدرس الطلاب المشكلات المهمة التي تواجه مقدمي الخدمات والتنفيذ الناجح للتركيز على العملاء في الأعمال القائمة على الخدمة. وتشمل الموضوعات لمحة عامة عن خدمات التسويق و اساليب فهم العميل ؛ توحيد ومواءمة تقديم الخدمات الأشخاص الذين يقدمون الخدمات ويؤدونها ؛ إدارة الطلب **MKT 312**: والقدرة ؛ والترويج واستراتيجيات التسعير في تسويق الخدمات. المتطلب السابق

### **MKT 414: الترويج والإعلان**

الغرض من هذا المقرر هو تعريف الطالب بجميع جوانب الإعلان والترويج. ويتناول المقرر موضوعات مختلفة أبرزها تلك المتعلقة بالترويج مثل الإعلان ، سلوك المستهلك ، الاستراتيجية

الإبداعية ، التخطيط الإعلامي ، التسويق المباشر ، ترويج المبيعات ، العلاقات العامة وغيرها من التكتيكات. كما يوضح المقرر المصطلحات والمفاهيم و الوظائف التي يشيع استخدامها في الترويج MKT 312 :الإعلان. المتطلب السابق

### **MKT 417 :إدارة البيع بالتجزئة**

الغرض من هذا المقرر هو تعريف الطالب بمجال البيع بالتجزئة وتوضيح مفاهيم و عمليا مختلفة من ضمنها مزيج البيع بالتجزئة , التخطيط الاستراتيجي في تجارة التجزئة ، أنواع مؤسسات البيع بالتجزئة ، فهم المستهلكين ، اختيار مواقع البيع بالتجزئة ، التسعير ، إدارة المتجر ، تصميم المتجر MKT 312 :وخدمة العملاء. المتطلب السابق