



جامعة البلقاء التطبيقية
وحدة التقييم والامتحانات العامة

مصفوفة الكفايات والمهارات العملية لمخرجات التعلم Learning Outcomes

البرنامج / المسار	الدبلوم البريطاني/ العلوم المالية والإدارية
التخصص	التسويق
لغة الإمتحان	اللغة الإنجليزية / اللغة العربية
التطبيق	بدء التطبيق من العام الجامعي 2018 - 2025

مخرجات التعلم		
الرقم	المجال المعرفي	المعارف والمهارات الفنية
1.	العمليات التسويقية و التخطيط	1. القدرة على فهم دور التسويق وعلاقة أنشطة التسويق بكفاءة أنشطة المؤسسة. 2. القدرة على استخدام عناصر المزيج التسويقي (7Ps) في الأنشطة التسويقية المختلفة لتحقيق أهداف المؤسسة بشكل عام. 3. القدرة على التفريق بين استخدام عناصر المزيج التسويقي للمؤسسات التي تقدم الخدمات (المنتج، السعر، التوزيع، العمليات، الناس، الدليل المادي). 4. بناء وتطوير خطة تسويقية. 5. تطوير خطة إعلامية لدعم حملة تسويقية خاصة بمنظمة.
2-	سلوك تنظيمي	1. معرفة مفهوم الثقافة التنظيمية، السياسات التنظيمية والنفوذ بالمنظمات وتأثيرها على سلوك الأفراد والفرق. 2. تحديد مفهوم التحفيز، النظريات والأساليب التحفيزية وكيفية تأثيرها على تحقيق أهداف المنظمات. 3. فهم الخصائص الرئيسية لفرق العمل الفعالة ونظريات تطوير الفرق وأدوار الفرق. 4. التطبيق العملي لمفاهيم وفلسفات السلوك التنظيمي في مواقف عمل داخل المنظمات.





جامعة البلقاء التطبيقية
وحدة التقييم والامتحانات العامة

مصفوفة الكفايات والمهارات العملية لمخرجات التعلم Learning Outcomes

3-	التسويق الالكتروني	1. فهم الفرص والتحديات وتأثير البيئة الرقمية. 2. تحديد كيفية تنظيم أنشطة التسويق و بناء قدرات متعددة القنوات في المؤسسة. 3. التسويق الرقمي و تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي الفعالة 4. تحديات وتأثيرات التسويق الرقمي. 5. دور رؤية العميل و فهمه في تطوير أنشطة التسويق الرقمي الفعالة
4-	التحليل التسويقي	1. تقييم الأشكال المناسبة من البحث لفهم التأثيرات على عملية اتخاذ القرار (B2B/B2C) 2. العوامل التي تؤثر على اتخاذ القرار 3. الفهم التام لكيفية تأثير المسوقون على المراحل المختلفة لعملية اتخاذ القرار (B2C / B2B) 4. كيف تستخدم المنظمات فهم سلوك المشتري للتأثير على عملية صنع القرار في سياق (B2C /B2B)
5-	الاتصالات التسويقية المتكاملة	1. تقييم قنوات التسويق من أجل تحقيق الأهداف الاتصالية ضمن إطار استراتيجية الاتصالات. 2. تطوير خطة اتصالات تسويقية متكاملة لتحقيق أهداف اتصالية محددة في سياق الأعمال. 3. إنتاج محتوى مناسب لقناة تسويقية يحقق الأهداف الاتصالية المحددة. 4. تطبيق أساليب لمراقبة خطة الاتصالات التسويقية المتكاملة (IMC) من أجل تعظيم الوصول وتحقيق عائد إيجابي على الاستثمار (ROI).

