

اسم المقرر:	ريادة الأعمال والابتكار
رمز المقرر:	تام 321 (BA321)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يوضح هذا المقرر كيف يمكن لعقلية ريادة الأعمال أن تحقق النجاح في مجموعة واسعة من سياقات العمل والحياة. من خلال القيام بذلك ، فإنه يستكشف ويمارس مجموعة كاملة من أدوات وتقنيات تنظيم المشاريع المرتبطة بتطوير وفهم السلوكيات والممارسات الفردية المرتبطة بنجاح ريادة الأعمال والإبداع والابتكار. ويسعى إلى تشجيع الطلاب على استكشاف وتطبيق وتطوير هذه الأدوات والتقنيات والسلوكيات والتفاهات ، والتفكير في صفاتهم الخاصة في جميع مجالات المؤسسة سواء في بدء التشغيل أو في مؤسسة كبيرة أو غير هادفة للربح والمؤسسات الاجتماعية السياقات.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مفهوم رائد الأعمال: ما هي المهارات والمواقف التي يحتاجونها	3
2	الابتكار والإبداع كمساهمين في ريادة الأعمال	3
3	تحديد السلوكيات والمواقف الريادية الشخصية	3
4	سياقات ريادة الأعمال: بدء التشغيل ؛ أعمال صغيرة؛ الشركات. الاجتماعية ؛ عامة؛ ريادة الأعمال الداخلية	3
5	تطوير المشاريع الشخصية: تحديد الفرص والحواجز	3
6	التعرف على ثقافات تنظيم المشاريع وإدارتها	3
7	إختبار نصف الفصل	3
8	نقاش جماعي حول مصدر ريادة الأعمال والابتكار في المؤسسة (عمل تقييم جماعي)	6
9	مهارات القيادة لدفع الابتكار	6
10	تقييم المخاطر المرتبطة بالابتكار	3
11	تأثير الابتكار على المنظمة وبيئة أعمالها	6
12	جلسة المراجعة	3

## ثالثا: أهداف المقرر:

- إظهار فهم العلاقة المتبادلة بين الابتكار والإبداع والمشاريع
- تحديد وتقييم المكونات ووجهات النظر المختلفة حول ما هو مطلوب لنجاح ريادة الأعمال ضمن مجموعة من السياقات
- إظهار الوعي النقدي والاستعداد لاستخدام مجموعة من السلوكيات والمهارات والسمات الريادية المرتبطة بنجاح ريادة الأعمال في سياقات مختلفة.

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- وصف فهم العلاقة المتبادلة بين الابتكار والإبداع وريادة الأعمال
  - كتابة المكونات ووجهات النظر المختلفة حول ما هو مطلوب لنجاح ريادة الأعمال ضمن مجموعة من السياقات
  - تلخيص الوعي النقدي والاستعداد لاستخدام مجموعة من السلوكيات والمهارات والسمات الريادية المرتبطة بنجاح ريادة الأعمال في سياقات مختلفة
  - القدرة على العمل في مجموعة لتحضير قضية للمناقشة. المشاركة في مناقشات المجموعة والفصل
  - التقييم بشكل فعال في مناقشة باستخدام الحجج المنطقية لدعم القضية
- رابعا: المراجع العلمية:

Burns, P (2012) Corporate Entrepreneurship: Innovation & Strategy in Large Organisations. Palgrave McMillan ISBN 978-0230304031

Bridge, S & O'Neill K (2012) Understanding Enterprise: Entrepreneurship & Small Business. Palgrave McMillan ISBN 978-0230308091

Tidd, J & Bessant, J (2013) Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organisational Change. John Wiley & Sons. ISBN 978-1118360637

www.innovationexcellence.com

Global Entrepreneurship Monitor (2010)

## خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار نصف الفصل الأول	الأسبوع 6	20%
2	الحضور		5%
3	عرض تقديمي / واجبات		5%
4	اختبارات قصيرة/ واجبات / عرض تقديمي		10%
5	اختبار منتصف الفصل الثاني	الأسبوع 14	20%
6	اختبار نهائي	الأسبوع 16	40%

اسم المقرر:	القانون والأنظمة التجارية
رمز المقرر:	تام 320 (BA320)
البرنامج:	دبلوم التسويق المشارك
القسم العلمي:	ادارة اعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

هناك العديد من الموضوعات في هذا المقرر الدراسي منها: ما هو القانون التجاري ، والاختلافات بين العمل التجاري والعمل المدني ، وخصائص التاجر ، وأهمية مسك الدفاتر ، وأثار القيد في السجلات التجارية والالتزامات الناتجة ، والأركان العامة لعقد الشركة . ، حجر الزاوية في عقد الشركة ، مفهوم الكيان التجاري المستقل للشركة ، الشراكات وخصائصها ، إدارة الشركات ونتائج الإنهاء. لتنمية وعي الطلاب بمسائل قانون الأعمال من خلال:

1-تحديد ما هو قانون التجارة والاختلافات بين العمل التجاري والعمل المدني.

2-التعرف على خصائص التاجر وأهمية مسك الدفاتر.

3-وصف آثار القيد في السجلات التجارية والالتزامات الناتجة.

4-تحديد الركائز العامة لعقد الشركة وأركان الوجه في عقد الشركة.

5- تحديد وشرح مفهوم كيان الأعمال المستقل للشركة والشراكات وخصائصها.

6- بيان الشركات وخصائصها.

7-شرح إدارة الشركات ونتائج إنهاء واحلال الشركة.

ثانياً: موضوعات المقرر

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
3	- أسس القانون - ما هو القانون التجاري؟	1
15	- العمل التجاري - العمل مدني. - الفروق بين العمل التجاري والعمل المدني. - خصائص التاجر. - أهمية مسك الدفاتر. - آثار القيد في السجلات التجارية والالتزامات الناتجة عنها. - الركائز العامة لعقد الشركة. حجر الأساس للوجه في عقد الشركة.	2
3	الاختبار النصفي	3
21	- الكيان تجاري مستقل - مفهوم الشركة. الشراكات وخصائصها. -شركات ذات مسؤولية محدودة - وخصائصها. -الشركات - وخصائصها. - إدارة الشركات - ونتائج الإنهاء. - الشركات المساهمة ذات المسؤولية المحدودة - وخصائصها. - شراكات محدودة - وخصائصها.	4
3	الاختبار النهائي	5
45	المجموع	

ثالثاً : أهداف المقرر

1. التعرف على القواعد القانونية المناسبة المتعلقة بقانون الالتزامات وتطبيقها.
2. تحديد العناصر الأساسية للنظام القانوني ، بما في ذلك المصادر الرئيسية للقانون وتطبيق القواعد القانونية المناسبة المتعلقة بقانون الالتزامات.
3. وصف خصائص التاجر وتمييز الفرق بين العمل التجاري والعمل المدني.
4. وصف الركائز العامة لعقد الشركة.
5. شرح مهارات قانون الأعمال الأساسية لكيفية إدارة الشركات وإدارتها وتنظيمها.
6. تقدير حل مشاكل الحياة المتعلقة بقانون الأعمال الوضع لعناصر مختلفة من الحلول القانونية الفورية للشركات التي تواجه صعوبة أو في أزمات.
7. إظهار المهارات الفكرية من خلال تعلم التقييم النقدي وفهم قانون الأعمال ، في المقام الأول من خلال حل المشكلات والقضايا التي تتطلب تحديد المعلومات ذات الصلة في موقف معقد. إظهار تطبيق الحكم في حلها.
8. استخدام بعض تطبيقات الكمبيوتر مثل استخدام الإنترنت.

#### رابعاً: المراجع العلمية:

محمد الجابر ، القانون التجاري السعودي الطبعة الرابعة ، 2014

#### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الواجبات ، مناقشة الصف	10%
2	اختبارات قصيرة	20
3	العرض التقديمي ،	10%
4	الاختبار النصفي	20%
5	الاختبار النهائي	40%

اسم المقرر:	التدريب التعاوني
رمز المقرر:	تام319 (BA319)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

تم تصميم هذا المقرر لإثراء معرفة الطلاب والطالبات بأساسيات سوق العمل. يتيح المقرر للطلاب فهم الطبيعة العامة لسوق العمل وكيفية تطبيق المخرجات التي اكتسبها الطالب في تخصص دراسته.

بحلول نهاية المقرر، يجب أن يكون الطلاب قادرين على:

- الحصول على شهادة والتدريب في نفس مجال تخصص الطالب.
- يشارك طالب التعليم التعاوني في العملية الانتاجية بدلاً من مجرد الملاحظة.
- يتم الإشراف على أداء طالب التعليم التعاوني في الوظيفة وتقييمه من قبل صاحب عمل.
- يشكّل إجمالي خبرة العمل التعاوني خمسين بالمائة من الوقت الذي يقضيه في الدراسة الأكاديمية.
- معلومات عن بيئة العمل.
- نصائح في الآداب العامة لبيئة الاعمال

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مهارات العرض	3
2	مهارات الاتصال	6
3	مهارات القيادة	6
4	التدريب في الشركة	30
	المجموع	45

### ثالثا : أهداف المقرر

- اعداد السيرة الذاتية
- كتابة تقرير كامل عن تجربة الطالب في التدريب التعاوني
- تقديم عرض عن تجربة التدريب التعاوني
- كسب خبرة عملية في التسويق داخل بيئة العمل
- القدرة على التفكير النقدي والتحليلي
- القدرة على استخدام علاقات العمل الأساسية في المنظمة
- القدرة على إجراء المقارنات بين الجانب العلمي و حياة العمل الواقعية.

### رابعا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقييم مشرف المؤسسة	%٥٠
2	العرض المقدم من قبل الطالب عن التجربة	%٣٠
3	التقرير الكتابي واعداد سيرة ذاتية	%٢٠

اسم المقرر:	قضايا معاصرة في التسويق
رمز المقرر:	تام318 (BA318)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يهتم هذا المقرر بالقضايا المعاصرة ، لذلك سيكون هناك تحديث منتظم لمجالات التغطية من أجل عكس الرؤى الموضوعية الناشئة والموضوعات المتطورة في كل من الأعمال والمجتمع. سيكون أحد المكونات المهمة للوحدة هو تطبيق الطلاب لمعرفة طرق البحث وفهمهم لتقييم المساهمات في الأدب المعاصر.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	سيتم تغطية نظرة عامة على قضايا التسويق المعاصرة ، وسيتغير نطاق الموضوع هذا حسب الطبيعة الديناميكية للبيئة التي تملئها. سيتم تشجيع الطلاب على استخدام أساليب البحث للتحقيق في القضايا المعاصرة. تبني الدورة نحو مشروع بحثي يعتمد على اختيار الطالب للقضية المعاصرة وكيف تؤثر على بيئة الأعمال.	٢٤
2	اختبار نصفي	٤
3	سيكون النصف الثاني من المقرر عبارة عن ورش عمل عملية تمكن الطالب من إكمال مشروعه البحثي. يُتوقع من المدرسين تسهيل العملية بدلاً من تقديم النظرية والمحتوى.	٣٢
	المجموع	٦٠

#### ثالثاً: أهداف المقرر

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- اختيار طرق وأدوات البحث المناسبة وتطبيقها بشكل نقدي لتحليل البيانات النوعية والكمية لاكتساب رؤى متعمقة حول التطورات النظرية الحالية في مجموعة من قضايا التسويق المعاصرة
- ابتكار، ودعم وعند الضرورة دحض الحجج الناشئة عن التطورات النظرية الحالية في التسويق ، المستنيرة من خلال كل من الاستقصاء النقدي والرؤى العملية ، واستخدام الوسائل المناسبة للنشر

#### رابعاً: المراجع العلمية:

يجب أن تتعلق المواد المرجعية بالقضايا المعاصرة ومجالات بحث المعلم	المرجع الرئيس للمقرر المراجع المساندة
www.econsultancy.com www.wearesocial.com	المصادر الإلكترونية
لا يوجد	أخرى

#### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	مشروع بحثي في موضوع واحد معاصر وأثره على تسويق 2000 كلمة	الأسبوع ١٥	30%
2	عرض تقديمي	الأسبوع ١٥	10%
3	اختبار نصفي	الأسبوع ٧	20 %
4	اختبار نهائي	الأسبوع ١٦	40 %

اسم المقرر:	استراتيجية التسويق الرقمي
رمز المقرر:	تام 317 (BA317)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يشمل هذا المقرر عملية كتابة استراتيجية التسويق الرقمي. يعتمد على أساسيات التسويق الرقمي تام 314 ويأخذ عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي المشمولة في التخطيط التسويقي الاستراتيجي تام 313، ولكن في سياق رقمي. تعتبر أهمية القدرة على بناء استراتيجية تسويق رقمية أمرًا بالغ الأهمية لأي مؤسسة ناجحة. سيكون شكل هذه الدورة عملياً إلى حد كبير مع محاضرة أسبوعية مدتها ساعة واحدة تليها عملية لمدة ساعتين تنتهي بقطعة تقييم حيث سيقدم الطلاب خطة تسويق رقمية لمعلمهم وأقرانهم.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات
1	الطبيعة المتغيرة للبيئة الرقمية: وجهة نظر استراتيجية
2	تدقيق التسويق الرقمي: خارجي
3	تدقيق التسويق الرقمي: داخلي
4	طرق التسويق الرقمي
5	أهداف التسويق الرقمي: الاكتساب والتحويل والاحتفاظ
6	أهداف التسويق الرقمي: اكتساب وتحويل والاحتفاظ - إطار S5
7	الاختبار النصفي
8	استراتيجية التسويق الرقمي
9	استراتيجية التسويق الرقمي
10	مزيج التسويق الرقمي
11	مزيج التسويق الرقمي
12	توفير الموارد للخطة - القدرة الرقمية
13	تطبيق مقاييس التسويق الرقمي لقياس نجاح الخطة
14	ورشة عمل للعروض التقديمية - الفصل المقيم
15	ورشة عمل للعروض التقديمية - الفصل المقيم

#### ثالثاً: أهداف المقرر:

- التعرف على الطبيعة المتغيرة للبيئة الرقمية
- تقييم تأثير التغييرات على المنظمات في مجموعة متنوعة من السياقات
- صياغة أهداف التسويق الرقمي
- صياغة استراتيجية تسويق رقمي لتحقيق أهداف التسويق الرقمي
- اقتراح مزيج تسويقي رقمي لتحقيق استراتيجية تسويق رقمي

● تطبيق مقاييس التسويق الرقمي لقياس نجاح الخطة

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- التعرف على الطبيعة المتغيرة للبيئة الرقمية
- تخطيط وإعداد إستراتيجية التسويق الرقمي لتحقيق أهداف الشركة
- تقييم تأثير التغييرات على المنظمات في مجموعة متنوعة من السياقات
- صياغة أهداف التسويق الرقمي
- صياغة إستراتيجية تسويق رقمي لتحقيق أهداف التسويق الرقمي
- إظهار المشاركة في المناقشات وتقديم حالة مبررة لاستراتيجية محددة

رابعا: المراجع العلمية:

Chaffey, D & Ellis-Chadwick, F (2015) Digital Marketing. 6 th edition. Pearson ISBN 978-1292077611

[www.econsultancy.com](http://www.econsultancy.com)

[www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار نصف الفصل الأول	الأسبوع 6	20%
2	الحضور		5%
3	عرض تقديمي / واجبات		5%
4	اختبارات قصيرة / واجبات / عرض تقديمي		10%
5	اختبار منتصف الفصل الثاني	الأسبوع 14	20%
6	اختبار نهائي	الأسبوع 16	40%

اسم المقرر:	قياس التسويق
رمز المقرر:	تام 316 (BA316)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

لدى الكلية برامج متخصصة مختلفة (مثل المحاسبة والتسويق والتأمين والمبيعات) ، ولكل برنامج لجنته الخاصة تحت رئاسة رئيس القسم والمديرين التنفيذيين من القطاع الخاص في مجال الاختصاص. كل لجنة لديها لجنة استشارية تتكون من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين والمديرين التنفيذيين من القطاع الخاص. يعقد الاجتماع نصف سنوي حيث يتم مراجعة الدورات لتتماشى مع أحدث التطورات في هذا المجال. يعتمد المقرر على مفهوم مقاييس التسويق المقدمة في مبادئ التسويق BA 212 والتخطيط التسويقي الاستراتيجي BA 313. يعد هذا المقرر من المواضيع التسويقية ذات الاهتمام الكبير في المجال وخاصة للإدارة العليا في المنظمات لذلك يؤكد المقرر على الدور الحيوي لمقاييس التسويق في عملية صناعة و اتخاذ القرار. والقدرة على إثبات فعالية الاستراتيجيات التسويقية والتأكد من كفاءة المسوقين.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة لمقاييس التسويق ودورة التخطيط	٤
2	المجالات الرئيسية لمقاييس التسويق على سبيل المثال العملاء والعلامة التجارية والمنتج مع نظرة ثاقبة على الخيارات المختلفة المتاحة وكيفية صياغة كل مقياس وتقييمه. تطبيق المقاييس في الممارسة - نشاط دراسة الحالة	١٢
3	تفسير المقاييس: ما تعنيه وكيف تُوجه عملية صنع القرار	٨
4	إختبار نصف الفصل	٤
5	لوحات معلومات التسويق	٤
6	لوحات معلومات التسويق - ورشة عمل عملية	٨
7	مصادر البيانات لمقاييس التسويق	٤
8	تحديات إدارة المقاييس	٤
9	مقاييس التقارير عبر المنظمة	٤
10	الاتجاهات المستقبلية للمقاييس	٤
11	مراجعة	٤

٦٠	المجموع
----	---------

### ثالثا: أهداف المقرر

رابعاً بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- فهم دور مقاييس التسويق
  - إظهار المعرفة بمجموعة من مقاييس التسويق
  - تطبيق مقاييس التسويق في مجموعة من السياقات
  - تحديد مصادر البيانات ذات الصلة لتمكين عملية التحليل
- تحليل وتفسير المقاييس لإبلاغ عملية صنع القرار

### : المراجع العلمية:

فارس ، بي دبليو وآخرون. (2012) مقاييس التسويق الرئيسية: أكثر من 50 مقياسًا يحتاج كل مدير إلى معرفتها. مدرسة وارتنون للنشر  
ISBN 978-0273722038  
Davis ، (2013) .A لقياس التسويق: +110 مقاييس أساسية يحتاجها كل مسوق. جون وايلي وأولاده-ISBN 978-1118153741

### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقرير دراسة حالة 1500 كلمة	الأسبوع ٩	20%
2	بناء لوحة معلومات مشروع تسويقي	الأسبوع ١١	10%
3	عرض تقديمي	الأسبوع ١٢	10%
4	اختبار نصفي	الأسبوع ٧	20 %
5	اختبار نهائي	الأسبوع ١٦	40 %

اسم المقرر:	الإدارة والقيادة
رمز المقرر:	تام315 (BA315)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

الإدارة نظام ديناميكي. إن الطبيعة الديناميكية لمنظمات اليوم تعني كل من المكافآت والتحديات لأولئك الذين يديرون تلك المؤسسات. هنا ، هدف المقرر هو إعطاء مقدمة شاملة للطلاب بالمبادئ الأساسية للإدارة.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات
1	الإدارة الإشرافية
2	الأدوار والمسؤوليات والعملية
3	أساسيات الإدارة
4	صنع القرار.
5	التخطيط والتنظيم والرقابة
6	مواقف عينة القرار
7	تقييم القرار
8	عملية اتخاذ القرار
9	أهمية القرار للموظفين
10	مواقف عينة القرار
11	العوامل الرئيسية المؤثرة على القيادة
12	تطوير استراتيجيات القيادة
13	العلاقات بين صاحب العمل والموظف
14	المراجعة

#### ثالثاً: أهداف المقرر:

- هدف المقرر هو إعطاء مقدمة شاملة للطلاب بالمبادئ الأساسية للإدارة. في النهاية ، يجب أن يكون الطلاب على دراية جيدة بأربع وظائف أساسية عامة للإدارة: التخطيط والتنظيم والقيادة والتحكم ، من خلال ما يلي:
  - تعريف الإدارة وأهمية الإدارة وفلسفات الإدارة والبيئة التنافسية.
  - وصف أهمية الثقافة التنظيمية والقضايا الأخلاقية.
  - اذكر عملية الإدارة الإستراتيجية.
  - توضيح إدارة التغيير والإبتكار.

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- تعريف الإدارة وأهمية الإدارة وفلسفات الإدارة والبيئة التنافسية وأهمية ثقافة المنظمة والقضايا الأخلاقية.
- وضع قائمة بالخطوات المهمة المتعلقة باتخاذ القرار ، وعملية الإدارة الاستراتيجية.
- وصف العناصر المهمة للهيكل التنظيمي والتصميم التنظيمي.
- التعرف على إدارة تنوع القوى العاملة ، الدافع ، قيادة الدور في بيئة العمل ، عملية التحكم.
- اكتب احتياجات إدارة الجودة في بيئة اليوم ودور الإدارة.
- تقدير الفرق بين كفاءة الإدارة وفعاليتها
- تقييم الهياكل التنظيمية في الشركات الصغيرة أو الكبيرة.
- إظهار مهارات المشاركة في منظمة مع أعضاء الفريق والمجموعات. إظهار جودة القيادة داخل المنظمة لقبول التحديات والقضايا. تحليل مسؤوليته الشخصية من خلال دراسة الحالة والتعيين.
- تفسير العروض التقديمية الفعالة ومهارات الاتصال

رابعاً: المراجع العلمية:

Bateman and Snell, Management: The New Competitive Landscape, 14th Edition, McGraw-Hill, 2013

Catherine soanes with Sara Hawker and Julia Elliot. Dictionary of English. المعهد السعودي لتنمية ريادة الأعمال (SEDI). يمكن لهذا المعهد تعزيز مهارة الشخص بعد

Business Monthly magazine & Business Daily news paper

Journals of Management , etc...

Koontz, O Donnel, Essentials of management, McGraw Hill, 2013

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار نصف الفصل الأول	الأسبوع 6	20%
2	الحضور		5%
3	عرض تقديمي / واجبات		5%
4	اختبارات قصيرة/ واجبات / عرض تقديمي		10%
5	اختبار منتصف الفصل الثاني	الأسبوع 14	20%
6	اختبار نهائي	الأسبوع 16	40%

اسم المقرر:	أساسيات التسويق الرقمي
رمز المقرر:	تام314 (BA314)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يتغير المشهد الرقمي بسرعة ويحتاج المسوقون إلى فهم الطبيعة الديناميكية للسوق وكيف تؤثر على المؤسسات. يقدم هذا المقرر مفهوم الاضطراب الرقمي وتأثيره على الأعمال والبيئة. كما سيطلع الطالب على مجموعة واسعة من القنوات الرقمية والمنصات المتاحة له بالإضافة إلى نظرة عامة على أدوات التسويق الرقمي. يعتبر هذا المقرر أيضاً أساساً لمقرر استراتيجية التسويق الرقمي تام 317

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات
1	مقدمة في بيئة التسويق الرقمي
2	الاضطراب الرقمي
3	الطبيعة المتغيرة للمستهلك الرقمي
4	نطاق فرص التسويق الرقمي
5	مقدمة عن الأجهزة الرقمية
6	المنصات والقنوات الرقمية
7	اختبار نصف الفصل
8	مزيج الاتصالات الرقمية: الأدوات ، المزيج وتقييم النجاح
9	فهم الأدوات الرقمية الأخرى على سبيل المثال تحسين محركات البحث والتسويق بالعمولة وتسويق المحتوى.
10	نظرة ثاقبة في تحليلات الويب
11	جلسة المراجعة

#### ثالثاً: أهداف المقرر:

- فهم الطبيعة الديناميكية لبيئة التسويق الرقمي
- تقييم تأثير الاضطراب الرقمي على المنظمة والتحديات التي تطرحها.
- تحليل الطبيعة المتغيرة للعميل الرقمي وأهمية التعامل معه.
- إظهار المعرفة بالقنوات الرقمية والأنظمة الأساسية المتاحة وكيفية الاستفادة منها لتحقيق أقصى قدر من التأثير على المنظمة.
- شرح كيف يمكن دمج أدوات التسويق الرقمي بشكل فعال في استراتيجية التسويق الشاملة للمؤسسة.

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- وصف الطبيعة الديناميكية لبيئة التسويق الرقمي. وكتابة تأثير الاضطراب الرقمي على المنظمة والتحديات التي تطرحها. تحليل الطبيعة المتغيرة للعميل الرقمي وأهمية التعامل معه.
- معرفة القنوات الرقمية والأنظمة الأساسية المتاحة وكيفية الاستفادة منها لتحقيق أقصى تأثير للمؤسسة. وصف كيف يمكن دمج أدوات التسويق الرقمي بشكل فعال في استراتيجية التسويق الشاملة للمؤسسة.
- التعرف على الاختلافات بين القنوات الرقمية والأنظمة الأساسية المختلفة
- التعرف على كيفية استخدام المزيج المناسب من أدوات التسويق الرقمي
- تقييم تأثير الاضطراب الرقمي على المنظمة
- إظهار المشاركة في المناقشات وتقديم حالة عمل قوية للقرارات التكتيكية. تقييم العمل الخاص وعمل الأقران
- لإضافة ملاحظات بناءة لعملية التعلم
- تقييم الويب والمقاييس الرقمية الأخرى وتفسيرها بدقة

#### رابعاً: المراجع العلمية:

Chaffey, D & Smith, P.R (2012) Emarketing Excellence: Planning & Optimising your Digital Marketing. Routledge ISBN 978-0415533379

Ryan, D (2014) The Best Digital Marketing Campaigns in the World II. Kogan Page ISBN 978-0749469689

[www.econsultancy.com](http://www.econsultancy.com)  
[www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)

#### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار نصف الفصل الأول	الأسبوع 6	20%
2	الحضور		5%
3	عرض تقديمي / واجبات		5%
4	اختبارات قصيرة/ واجبات / عرض تقديمي		10%
5	اختبار منتصف الفصل الثاني	الأسبوع 14	20%
6	اختبار نهائي	الأسبوع 16	40%

اسم المقرر:	تخطيط التسويق الاستراتيجي
رمز المقرر:	تام 313 (313BA)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

لدى الكلية برامج متخصصة مختلفة (مثل المحاسبة والتسويق والتأمين والمبيعات) ، ولكل برنامج لجنته الخاصة تحت رئاسة رئيس القسم والمديرين التنفيذيين من القطاع الخاص في مجال الاختصاص. كل لجنة لديها لجنة استشارية تتكون من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين والمديرين التنفيذيين من القطاع الخاص. يعقد الاجتماع نصف سنوي حيث يتم مراجعة الدورات لتنمashi مع أحدث التطورات في هذا المجال.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	دور خطة التسويق في التسلسل الهرمي لتخطيط المنظمة.	٤
2	لمحة عامة عن دورة التخطيط وتقديم أطر عمل مثل ال SOSTAC و APIC.	٤
3	تدقيق التسويق: خلاصة من BA 211	٤
4	ورشة عمل حول المراجعة والعروض التقديمية (تقييم العمل الجماعي)	٤
5	تحديد القضايا الرئيسية الناشئة عن التدقيق؛ مصفوفة TOWS	٤
6	تحديد الأهداف الاستراتيجية	٤
7	اختبار نصف الفصل	٤
8	الخيارات الاستراتيجية بما في ذلك مصفوفة ansoff و STP و SAF والعلامات التجارية.	٨
9	مزيج التسويق الاستراتيجي - PS7	٨
10	توفير الموارد للخطة	٤
11	قياس الخطة	٤
12	التخطيط التسويقي في السياق -ورشة عمل	٤
13	مراجعة	٤

٦٠	المجموع
----	---------

#### رابعاً: أهداف المقرر

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- شرح دور خطة التسويق في سياق إستراتيجية المنظمة وثقافتها وبيئة التسويق الأوسع (الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية والأطر القانونية والاستدامة)
- إجراء تدقيق التسويق مع مراعاة العوامل الداخلية والخارجية المناسبة.
- وضع أهداف وخطط التسويق على مستوى استراتيجي يتناسب مع البيئة الداخلية والخارجية.
- تطوير دور العلامات التجارية وتحديد المواقع ضمن خطة التسويق.
- دمج أدوات المزيج التسويقي لتحقيق التنفيذ الفعال للخطة.
- اقتراح مزيج تسويقي منسق مناسب يتضمن علاقات أصحاب المصلحة المناسبة لسياق تسويقي معين.
- تعيين وتبرير الميزانيات لخطط التسويق ومزج القرارات.
- تحديد واستخدام القياسات المناسبة لتقييم فعالية خطط وأنشطة التسويق.
- تحديد واستخدام القياسات المناسبة لتقييم فعالية خطط وأنشطة التسويق.

#### : المراجع العلمية:

كرافينز ، دي أند بيرسي ، إن إف (2012) التسويق الاستراتيجي. ماكجرو هيل ISBN 978-0071326230 ،  
 M & Wilson ، (2011) H خطط التسويق: كيفية إعدادها: كيفية استخدامها. جون وايلي وأولاده- ISBN 978-  
 0470669976

مجلة إدارة التسويق

#### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	عروض تقديمية	الأسبوع ٤	10%
2	تقرير: خطة تسويق استراتيجية	الأسبوع ١٤	20%
3	واجب	الأسبوع ٥،٨،١١	10%
4	اختبار نصف الفصل	الأسبوع ٧	20 %
5	اختبار نهائي	الأسبوع ١٦	40 %

الاتصالات التسويقية المتكاملة	اسم المقرر:
تام 312 (BA312)	رمز المقرر:
دبلوم في التسويق	البرنامج:
إدارة أعمال	القسم العلمي:
كلية الدراسات التطبيقية	الكلية:
جامعة الملك عبد العزيز	المؤسسة:

#### أولاً: توصيف المقرر:

المادة مبنية على أساسيات التواصل التسويقي BA215 وتقدم مفاهيم التواصل التسويقي المتكامل للطلاب مع الهدف النهائي بتدريبهم على التخطيط لرسائل تسويقية متكاملة

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	نموذج التواصل التسويقي	4
2	تحليل سياقي: أين نحن الآن؟ مقدمة لحالة دراسية	4
3	فهم كيفية تحليل العميل للمعلومات	4
4	عرض مشروع خاصة بمجموعة	4
5	كتابة أهداف التواصل	4
6	إستراتيجية التواصل – الدفع والسحب	4
7	المهارات التواصل والإقناع والعلاقات الشخصية	4
8	الإختبار النصفي	4
9	إستراتيجية التواصل - ملف	8
10	إقياس كفاءة التواصل	4
11	ورشة عمل - واجب	4
12	التواصل الداخلي والخارجي	8
13	اتأثير العلامة التجارية والتواصل	4
14	سمعة المنظمة وألية التحكم بالتواصل	4

### ثالثا: أهداف المقرر

- مع نهاية المادة يجب أن يتعلم الطلاب
- تحليل بيئة التواصل
  - تحديد أهداف التواصل
  - التوصية بإستراتيجية موحدة للتواصل لتحقيق كافة أهداف التواصل والسوق بشكل عام
  - تقييم نجاح التواصل المتكامل والتخطيط بإستخدام وحدات القياس المتكاملة
- فهم عوامل الربط بين وحدات التواصل الداخلية والخارجية

### رابعا: المراجع العلمية:

Fill, C & Turnbull, S (2016) *Marketing Communications: Discovery, Creation & Conversations*.  
Pearson ISBN 978-1292092614

Journal of Marketing Communications

Journal of Integrated Marketing Communications

### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقديم مشروع مع مجموعة خاص بالتواصل	4	(% 10)
2	واجب فردي	12	(%30)
3	الاختبار النصفي	7	(%20)
4	الاختبار النهائي	16	(%40)

اسم المقرر:	مهارات النجاح الأكاديمي
رمز المقرر:	تام 311 (BA311)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر مبادئ مهارات النجاح الأكاديمي ويبين القيم والمبادئ والمهارات الواجب توفرها في رجل البيع الناجح الفعال. لدى الكلية برامج متخصصة مختلفة (مثل المحاسبة والتسويق والتأمين والمبيعات) ، ولكل برنامج لجنة الخاصة تحت رئاسة رئيس القسم والمديرين التنفيذيين في المجالات المعنية. كل لجنة لديها لجنة استشارية تتكون من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين والمديرين التنفيذيين المعنيين. يعقد الاجتماع نصف سنوي حيث يتم مراجعة الدورات لتتماشى مع أحدث التطورات في هذا المجال.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة لأهداف الدورة وطرق التقييم مثل PDP	2
2	أساليب التعلم: ما هو أسلوبك؟	2
3	مهارات الدراسة	2
4	فهم الفرق والعمل الجماعي	2
5	لعبة الأدوار: نشاط الفريق	2
6	مهارات العرض	2
7	إختبار نصف الفصل	2
8	مهارات العرض	2
9	تقييم العرض	2
10	إدارة الوقت	2
11	إدارة الاجتماعات	2

2	لعبة الأدوار: نشاط الاجتماع	12
2	ورشة عمل PDP	13
2	استخدام الموارد بشكل فعال ومهارات المراجعة	14
2	جلسة مراجعة وتسليم PDP	15
30	المجموع	

### ثالثاً: أهداف المقرر

يقدم هذا المقرر للطلاب مجموعة أدوات شخصية ليؤسسوا عليها دراساتهم الأكاديمية. يستكشف الطلاب أيضاً فهمهم ومناهجهم للتعلم وتطوير الذات. من خلال تقديم مناهج نظرية مثل فهم الذات والذكاء العاطفي والتواصل بين الثقافات.

الهدف الرئيس للمقرر هو:

- إدارة التعلم الشخصي والتنمية وتطوير مهارات الدراسة لتصبح متعلماً
- العمل بشكل متناسق مع افراد الفريق
- إدارة الوقت والتوتر لتخفيف ضغط العمل.

### رابعاً: المراجع العلمية:

Cottrell, S. (2010) *Skills for Success: the personal development planning handbook*. 2<sup>nd</sup> edition.

Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Cottrell, S. (2008) *The Study Skills Handbook*. 3<sup>rd</sup> edition. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Pedler, M., Burgoyne, J. & Boydell, T. (2007) *A Manager's Guide to Self-Development*. 5<sup>th</sup> edition. Maidenhead: McGraw-Hill.

Cameron, S. (2008) *The Business Student's Handbook*. 5<sup>th</sup> edition. Harlow: FT Prentice Hall.

### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار نصف الفصل الدراسي الأول	6	(20%)
2	الحضور	على كامل الفصل	(5%)
3	تقديم عمل نظري	على كامل الفصل	(5%)

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
(%10)	على كامل الفصل	اختبارات قصيرة والواجبات	4
(%20)	14	اختبار نصف الفصل الدراسي الثاني	5
(% 40)	16	اختبار النهائي	6

اساسيات الاقتصاد	اسم المقرر:
تا م219 (BA219)	رمز المقرر:
دبلوم في التسويق	البرنامج:
إدارة الاعمال	القسم العلمي:
كلية الدراسات التطبيقية	الكلية:
جامعة الملك عبد العزيز	المؤسسة:

#### أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر اساسيات الاقتصاد والنظريات المطروحة في مجال التنمية الاقتصادية ومفهوم التخطيط الاقتصادي. كما يمكن الطالب من مهارات تحليل أنواع الأسواق والطلب والعرض ومفهوم السعر التوازني

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة في الاقتصاد	3
2	نقص الموارد	3
3	الفرص	3
4	الإنتاج	3
5	المرونة	3
6	منافسة السوق	3
7	اختبار نصف الفصل	3
8	ربح قصير المدى للسوق التنافسي	3
9	المنافسة غير الكاملة والاحتكار	3
10	الأفضلية وقيود الميزانية.	3
11	النقود والأسعار والاقتصاد المفتوح	6
12	إجمالي الطلب والعرض	6
13	مراجعة عامة	3

### ثالثاً: أهداف المقرر

مبدأ الاقتصاد هو مقرر تمهيدي يوفر المعرفة الأساسية للاقتصاد حيث يمكن للطلاب بناء أسس الاقتصاد الخاصة بهم للدراسات المتقدمة. تم تصميم هذا المقرر ليوفر على نطاق واسع مفهوم الاقتصاد الجزئي والكلّي، والندرة وتكلفة الفرصة البديلة، والطلب والعرض، ومنحنيات الإنتاج، والمرونة، والمنافسة في السوق، وقياس وتاريخ التضخم، والبطالة

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- 1- تعريف مفهوم الاقتصاد.
- 2- تحليل ندرة السلع والمرافق والموارد.
- 3- تحديد التوازن والنقص والفائض.
- 4- مرونة الطلب والعرض والدخل.
- 5- شرح تحليل الربح.
- 6- وصف الربح قصير المدى للسوق التنافسي.
- 7- التعرف على المنافسة غير الكاملة والاحتكار.
- 8- التعرف على أسباب التضخم والبطالة وتأثيرها على النمو الاقتصادي.

رابعاً: المراجع العلمية:

Michael Parkin, *Economics*, 16th Edition, Addison Wesley, 2013.

### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقييم	4-8-12 الاسبوع	10 %
2	مشروع	13 الاسبوع	10 %
3	عرض	10 الاسبوع	10 %
4	دراسة حالة	9 الاسبوع	10 %

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
20 %	7 الأسبوع	اختبار نصف الفصل	5
40 %	16 الأسبوع	اختبار نهائي	6

اسم المقرر:	أساسيات الإدارة
رمز المقرر:	تام 218 (BA218)
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

### أولاً: توصيف المقرر:

الإدارة نظام ديناميكي. إن الطبيعة الديناميكية لمنظمات ومؤسسات اليوم تهتم بكل من المكافآت والتحديات لأولئك الذين يديرون تلك المؤسسات. هدف المقرر هو إعطاء مقدمة شاملة للطلاب بالمبادئ الأساسية للإدارة.

### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات
1	مقدمة في الإدارة والتنظيم.
2	فلسفات الإدارة والبيئة التنافسية.
3	ثقافات المنظمة والقضايا الأخلاقية.
4	اتخاذ القرار.
5	عملية الإدارة الإستراتيجية. الهيكل التنظيمي والتصميم التنظيمي.
6	إختبار نصف الفصل
7	إدارة تنوع القوى العاملة.
8	إدارة التغيير والابتكار.
9	تحفيز الناس.
10	الناس الرائدة.
11	مراقبة المنظمة.
12	تقنيات إدارة وتحسين الجودة.
13	إدارة نظم وتقنية المعلومات.
14	مراجعة

### ثالثاً: أهداف المقرر:

- هدف المقرر هو إعطاء مقدمة شاملة للطلاب بالمبادئ الأساسية للإدارة
- تمكين الطلاب على دراية جيدة بأربع وظائف أساسية عامة للإدارة: التخطيط والتنظيم والقيادة والتحكم ، من خلال ما يلي:
  - تعريف الإدارة وأهمية الإدارة وفلسفات الإدارة والبيئة التنافسية.
  - وصف أهمية الثقافة التنظيمية والقضايا الأخلاقية.
  - اذكر عملية الإدارة الإستراتيجية.

- توضيح إدارة التغيير والإبتكار.
- ناقش عملية التحكم.

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- تعريف الإدارة وأهمية الإدارة وفلسفات الإدارة والبيئة التنافسية وأهمية ثقافة المنظمة والقضايا الأخلاقية. وصف الخطوات الهامة المتعلقة باتخاذ القرار ، عملية الإدارة الإستراتيجية. تحديد العناصر الهامة للهيكل التنظيمي والتصميم التنظيمي.
- التعرف على إدارة تنوع القوى العاملة ، الدافع ، قيادة الدور في بيئة العمل ، عملية التحكم. وصف احتياجات إدارة الجودة في بيئة اليوم ودور الإدارة.
- تقدير الفرق بين كفاءة الإدارة وفعاليتها.
- تقييم الهياكل التنظيمية في الشركات الصغيرة أو الكبيرة.
- إظهار مهارات المشاركة في منظمة مع أعضاء الفريق والمجموعات.
- إظهار جودة القيادة داخل المنظمة لقبول التحديات والقضايا. تحليل مسؤوليته الشخصية من خلال دراسة الحالة والتكليف.
- ممارسة وتحليل العروض التقديمية الفعالة ومهارات الاتصال.

رابعاً: المراجع العلمية:

Bateman and Snell, Management: The New Competitive Landscape, 14th Edition, McGraw-Hill, 2013.

Journals of Management, etc

Koontz, O Donnel, Essentials of management, McGraw Hill, 2013

مجلة بيزنس الشهرية وورقة بيزنس ديلي نيوز

Catherine soanes with Sara Hawker and Julia Elliot. Dictionary of English.

المعهد السعودي لتنمية ريادة الأعمال (SEDI). يمكن لهذا المعهد تعزيز مهارة الشخص بعد حصوله على الدبلوم ووثائق اعتماده وما إلى ذلك.

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار نصف الفصل الأول	الأسبوع 6	20%
2	الحضور	كامل الأسابيع	5%
3	عرض تقديمي / واجبات		5%
4	اختبارات قصيرة/ واجبات / عرض تقديمي	الأسبوع 7	10%
5	اختبار منتصف الفصل الثاني	الأسبوع 14	20%
6	اختبار نهائي	الأسبوع 16	40%

اسم المقرر:	مبادئ المحاسبة والمالية
رمز المقرر:	تام 217 (BA217)
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	ادارة اعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يوضح هذا المنهج الدراسي أهمية المحاسبة والتمويل في قطاع الأعمال التجارية الصغيرة والجديدة. يتعلم الطلاب في هذه الوحدة كيفية إعداد وتحليل البيانات المالية البسيطة وكذلك كيفية تطبيق تقنيات المحاسبة الإدارية في مجالات التخطيط والميزانية واتخاذ القرارات على المدى القصير. بهذه الطريقة يطورون الثقة في قدرتهم على التعامل مع المعلومات المالية الداخلية والخارجية المهمة لكل عمل.

في نهاية الدورة سيتمكن الطلاب من:

- شرح أهمية المحاسبة والتمويل للأعمال الجديدة والصغيرة ، مع التمييز بين المساهمات المختلفة التي تقدمها المحاسبة المالية والإدارية
- إعداد بيان دخل بسيط وبيان المركز المالي
- حساب وتفسير المعلومات المالية باستخدام مجموعة من النسب المالية
- إعداد الميزانيات الأساسية واستخدامها لتحليل الوضع المتوقع للأعمال التجارية
- تصنيف التكاليف بشكل مناسب واستخدام المعلومات لأغراض اتخاذ القرار على المدى القصير

## ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	الغرض من المحاسبة	10
2	بيانات مالية بسيطة - إعداد وتفسير	15
3	حساب التكلفة والتسعير وتحليل التعادل (1)	10
4	اختبار نصف الفصل	5
5	تقدير التكاليف والتسعير وتحليل التعادل (2)	5
6	إعداد الميزانية	10
7	اتخاذ القرار على المدى القصير	10
8	الورشة المالية	5
9	جلسة المراجعة	5
	<b>المجموع</b>	<b>75</b>

## ثالثاً: أهداف المقرر

بنهاية المادة الدراسية سيكون الطالب قادراً على:

1. تقدير التكاليف بشكل مناسب واستخدام المعلومات لأغراض اتخاذ القرار على المدى القصير
2. تحديد المعلومات المالية وفسرها باستخدام مجموعة من النسب المالية
3. اكتب الميزانيات الأساسية واستخدمها لتحليل الوضع المتوقع للأعمال
4. تقدير التكاليف بشكل مناسب واستخدام المعلومات لأغراض اتخاذ القرار على المدى القصير
5. تقييم المعلومات المحاسبية
6. تحليل العمل في مجموعة لحل دراسة حالة مالية. كتابة العمل بشكل فردي لتصميم وإنتاج أوراق العمل والوثائق المالية
7. حساب وتفسير المعلومات المالية باستخدام مجموعة من النسب المالية

## رابعاً: المراجع العلمية:

المحاسبة والمالية لغير المتخصصين. بيرسون - 2015  
كاري ، م وآخرون. (2014) المحاسبة: نهج ذكي. OUP أكسفورد.

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

النسبة من إجمالي درجة التقييم	أنشطة التقييم	م
%10	واجب: إعداد المعلومات المالية والتحليل المالي في أزواج ؛ عنصر تحليلي فردي	1
%10	اختبارات قصيرة	2
%10	العرض التقديمي،	3
%10	دراسية حالة	4
%20	الاختبار النصفي	4
%40	الاختبار النهائي	5

اسم المقرر:	أساسيات الاتصالات التسويقية
رمز المقرر:	تا م215 (BA215)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر مبادئ الاتصالات التسويقية وبيّن القيم والمبادئ والمهارات الواجب توفرها في رجل البيع الناجح الفعال.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة للاتصالات في سياق التسويق	4
2	مزيج الاتصالات التسويقية: عبر الإنترنت	4
3	الإعلان: ما هو وما مميزاته وعيوبه	4
4	العلاقات العامة والرعاية: ما هي المميزات والعيوب	4
5	ترويج المبيعات: ما هو وما مزاياها وعيوبها	4
6	التسويق المباشر: ما هو وما هي مميزاته وعيوبه	4
7	اختبار نصف الفصل	4
8	مقدمة عن البيع الشخصي، بما في ذلك إدارة الحسابات الرئيسية	4
9	سلوك المستهلك: الأساسيات على سبيل المثال. عايدة	4
10	تأثير العلامة التجارية على استجابة المستهلك	4
11	ما هي الوسائط؟	4
12	اتصالات التسويق في السياق B2B: مقابل B2C	4
13	الاتصالات التسويقية في السياق: التجارة / المورد، وليس من أجل الربح	4

4	الاتصالات الدولية: دراسة حالة -التعلم القائم على الأدلة	14
4	جلسة المراجعة	15
60	المجموع	

### ثالثاً: أهداف المقرر

يقدم هذا المقرر المفهوم الأساسي للاتصالات التسويقية وكيفية التأثير على استجابة العملاء ومزيج الاتصالات التسويقية. ويشمل أيضاً العمليات المستخدمة لتحديد الاختيار الصحيح لوسائل الإعلام وطريقة الاتصالات التسويقية

في نهاية المقرر سيتمكن الطلاب من:

المقارنة بين أدوار وميزانيات طرق الاتصالات التسويقية

تحديد وتقييم الأشكال المختلفة لوسائل الإعلام

تبرير تطبيق أدوات الاتصال في سياقات مختلفة

إظهار الرسائل والنداءات ذات الصلة بناءً على ردود العملاء المحددة

### رابعاً: المراجع العلمية:

Smith, P.R & Zook, Z (2011) *Marketing Communications: Integrating Offline & Online with Social Media*. Kogan Page ISBN 978-0749461935

Journal of Marketing Communications

### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	التقييم: تقرير 2000 كلمة عن تقييم حملة اتصالات تسويقية لمنظمة مفضلة.	11	25%
2	دراسة الحالة	12 و5	10%
3	عرض	9	5%
4	اختبار نصف الفصل	7	20 %
5	الاختبار النهائي (بناءً على دراسة الحالة في الأسبوع 14)	16	40 %

اسم المقرر:	تسويق المعلومات والبحوث
رمز المقرر:	تام ٢١٤ (BA214)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يقدم هذا المقرر المبادئ الأساسية لأبحاث التسويق. وسيتوسع في عملية البحث التسويقي وأهمية المعلومات التسويقية للمنظمة.

في نهاية المقرر سيتمكن الطلاب من:

- تحديد المعلومات المناسبة ومتطلبات أبحاث التسويق لاتخاذ القرار.
- شرح عملية جمع وتحليل وتقييم التسويق ومعلومات العملاء باستخدام منهجيات البحث الأولية والثانوية.
- اقتراح أنسب الحلول البحثية للإجابة على اسئلة بحث تسويقي معين.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	أهمية المعلومات التسويقية: ما الذي نحتاج إلى معرفته؟	4
2	تأثير البيئة الرقمية على وظيفة التسويق	4
3	تحديات جمع معلومات صحيحة وموثوقة ودقيقة	4
4	فهم كيفية تقديم المعلومات لصناع القرار	4
5	عملية البحث التسويقي	4
6	منهجيات نوعية	4
7	اختبار نصفي	4
8	المنهجيات الكمية	4
9	البحث الاولي والثانوي	4
10	تمرين عملي: إدارة مجموعة	4
11	تحليل وتقييم نتائج البحث	4
12	كتابة موجز البحث	4

4	تعيين وكالة بحث تسويقية - معايير الاختيار	13
4	إدارة الوكالة: استخدام اتفاقيات الجودة ومستوى الخدمة (SLAs)	14
4	جلسة المراجعة	15
60	المجموع	

### ثالثا: أهداف المقرر

- تحديد المعلومات المناسبة ومتطلبات أبحاث التسويق لأغراض اتخاذ القرار.
- وصف عملية جمع وتحليل وتقييم معلومات التسويق والعملاء باستخدام منهجيات البحث الأولية والثانوية.
- اقتراح أنسب حل بحثي لإجابة سؤال بحثي معين
- تقييم مشكلة البحث التسويقي وإيجاد وسائل لحلها
- تقييم وإدارة الأنشطة البحثية مثل مجموعات التركيز
- إظهار الأدوار المتعلقة بأنشطة أبحاث التسويق ، على سبيل المثال مجموعات التركيز والمشاركة في الاستقصاء
- تقييم معلومات البحث التسويقي واستخلاص الاستنتاجات من النتائج

### رابعا: المراجع العلمية:

Wilson, A (2011) *Marketing Research: An Integrated Approach*. Financial Times/Prentice Hall  
ISBN 978-0273718703

[www.statista.com](http://www.statista.com)

The Journal of Consumer Research

The Journal of Marketing Research

International Journal of Research in Marketing

The Chartered Institute of Marketing Professional Standards: [www.cim.co.uk](http://www.cim.co.uk)

### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
%5	أسبوع 14	موجز البحث التسويقي	1
%10	أسبوع 6	لعب الأدوار -مجموعات التركيز: في تقييم الفصل	2
%5	أسبوع 7	اختبار نصفي	3
%40	أسبوع 9	عرض	4
%40	أسبوع 17	اختبار نهائي	5

اسم المقرر:	تجربة العملاء
رمز المقرر:	تام 213 (BA213)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة أعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر تخطيط المبيعات وتوضيح كيف كلما زادت معرفتك بعملائك، زاد احتمال فهمك لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم وإيجاد الطرق الصحيحة لتحقيق خدمة العملاء المتميزة.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	تحديد العميل	3
2	حاجات وتوقعات العميل: خلق قيمة مضافة للعميل	3
3	قيمة العميل الدائمة: استهداف الفئة الأكثر ربحية	3
4	رسم خريطة لتجربة العميل في عدة سياقات مختلفة	3
5	ورشة عمل 1: عمل خريطة للرحلة: تحديد نقاط الألم ولحظات الحقيقة (ورشة عمل مُساعدة)	3
6	علاقة أصحاب المصلحة في تجربة العميل	3
7	الإختبار النصفي	3
8	خدمة العملاء وتوقعات الجودة المقدمة	3
9	تأثير العلامة التجارية في تجربة العميل وخلق القيمة	3
10	ورشة عمل 2 خاصة بتجربة العميل: تصميم تجربة العميل المثالية	3
11	تجربة العملاء VS إدارة علاقة العملاء	3
12	قياس تجربة العملاء	3
13	فهم ملاحظات العملاء وإستخدامها في القرارات المستقبلية	3
14	مستقبل تجربة العملاء وإدارة علاقات العملاء	3

3	مراجعة	15
45	المجموع	

### ثالثا: أهداف المقرر

هذه المحاضرة مبنية على أهم النظريات والتطبيقات الخاصة بأساسيات التسويق BA211، وتناقش أهمية العميل بالنسبة للمنظمة وكيف تكون القيمة المضافة المقدمة من المنظمة تضيف للعميل وتجربته بشكل عام لضمان إستمرارية العميل لدى المنظمة. المادة ستقدم مفاهيم متعلقة بتجربة العميل وأهمية إدارة علاقات العملاء للطلاب.

**بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:**

- في نهاية المحاضرة يجب أن يتعلم الطلاب:
- تحديد العملاء وحاجاتهم
- كيف يتم حساب قيمة العملاء الدائمة
- تحديد عناصر تجربة العميل وكيفية التأثير بها بشكل إيجابي
- تحليل رحلة العميل وتحديد المراحل التي بحاجة إلى التطوير
- تحديد ومراجعة وحدات قياس متعلقة برحلة العميل

### رابعا: المراجع العلمية:

eppers, D & Rogers, M (2011) Managing Customer Relationships: A Strategic Framework. John Wiley & Sons ISBN 978-0470423479

Brigman, H (2013) Touchpoint Power! Get & Keep More Customers, Touchpoint by Touchpoint. William Henry Publishers. Kindle Edn only.

### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	عرض خريطة تجربة ورحلة العميل	5	(% 10)
2	تقرير بخصوص تجربة العميل	14	(%20)
3	الواجبات والنقاش أثناء المحاضرة	4،8،10،12	(%10)
4	الإختبار النصفي	7	(%20)
5	الإختبار النهائي	17	(%40)

اسم المقرر:	مبادئ التسويق
رمز المقرر:	تا م212 (BA 212)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

لدى أعضاء هيئة التدريس عدة برامج مختصة (مثل المحاسبة، التسويق، التأمين، المبيعات)، كل برنامج لديه لجنة مختصة تحت إدارة رئيس القسم ومدراء تنفيذيين يمثلوا نفس التخصص. كل لجنة لديه طاقم خبراء تتكون من أعضاء هيئة تدريس في نفس التخصص وممثلي يعملوا في نفس المجال. الإجتماعي يتم عقده مرتين كل سنة ليتم تقييم المحاضرات وتطويرها لتصبح متماثلة مع آخر التطورات التي تتم في نفس المجال.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	تقديم قيمة مضافة للعميل وزيادة نسبة التفاعل	4
2	فهم بيئة التسويق: البيئة المباشرة والغير مباشرة	4
3	ملاحظات العملاء	4
4	نظرة قريبة من نماذج العميل والبائع	4
5	وحدة إتخاذ القرار للتسويق الموجهة للأفراد وذلك الموجه للمنظمات: كيف يؤثر التسويق على عملية إتخاذ القرار	4
6	الإختبار النصفي	4
7	الإستراتيجيات المتعلقة بحاجات العميل وكيفية تصميم ميزة تنافسية	4
8	خلق وتقديم قيمة مضافة للعميل 1	4
9	خلق وتقديم قيمة مضافة للعميل 2	4
10	تقديم عرض بخصوص حالة دراسية	4
11	التأثير العام للتسويق على المجتمع وأخلاقيات التسويق وتأثيرها على الخدمة المجتمعية	4

### ثالثا: أهداف المقرر

هذه المحاضرة مبنية على أهم النظريات والتطبيقات الخاصة بأساسيات التسويق BA211، ويناقش تأثير التسويق على المنظمات. وكذلك يناقش أهمية علاقة المنظمات مع الأفراد ذوي المصلحة، ومراحل إتخاذ القرار بالنسبة للعملاء

#### بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- تقييم تأثير قرارات التسويق على القيمة المقدمة من المنظمة تجاه المجتمع والأخلاقيات المتعلقة بهذه القرارات تجاه أهم المشاكل المعاصرة
- مناقشة طبيعية البيئة التسويقية وكيفية تأثير أي تغيير في هذه الطبيعة على قرارات المنظمة النهائية
- تحليل سلوك العملاء ومراحل إتخاذ القرارات في سياقات مختلفة
- فهم طبيعة، دور وأهمية العلاقات الخاصة بذوي المصلحة من الموردين، الشركات، العملاء وشركات الإعلام.
- إستغلال موارد التسويق بالشكل الأمثل

#### رابعا: المراجع العلمية:

Kotler, P & Armstrong, G (2015) *Principles of Marketing*. Pearson ISBN 978-1292092485

The Journal of Marketing Management

Jobber, D & Ellis-Chadwick, F (2012) *Principles & Practice of Marketing*. McGraw-Hill Higher Education ISBN 978-0077140007

### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	نقاشات أثناء المحاضرة واجبات	4،8،10،12	(% 10)
2	عرض مع المجموعة بخصوص تحديات الأفراد ذو المصلحة	11	(%10)
3	ملخص بخصوص تحديات ذوي المصلحة (1500 كلمة)	13	(%20)
4	الإختبار النصفي	7	(%20)
5	الإختبار النهائي	17	(%40)

اساسيات التسويق	اسم المقرر:
BA 211 ( تام 211 )	رمز المقرر:
دبلوم في التسويق	البرنامج:
ادارة اعمال	القسم العلمي:
كلية الدراسات التطبيقية	الكلية:
جامعة الملك عبد العزيز	المؤسسة:

### أولاً: توصيف المقرر:

تم تصميم هذا المقرر لأثراء معرفة الطلاب والطالبات بأساسيات التسويق. يتيح المقرر للطلاب فهم دور التسويق في المنظمة وأهمية التركيز على العملاء. كما يقدم التسويق في مجموعة متنوعة من السياقات.

بحلول نهاية المقرر، يجب أن يكون الطلاب قادرين على:

- شرح طبيعة ونطاق التسويق وكيف أن التوجه التسويقي يخلق قيمة للعملاء
- تقييم أهمية التسويق وكيف يعمل عبر المنظمة
- فهم العميل وتطبيق المبادئ الأساسية للتجزئة والاستهداف وتحديد المواقع
- تحديد ووصف كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي (العناصر السبعة)
- تطبيق وتعديل المزيج التسويقي في عدد من السياقات المختلفة ، على سبيل المثال تسويق المنتجات ، تسويق الخدمات ، التسويق غير الربحي ، B2B و B2C

### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة في التسويق والتوجهات التجارية المختلفة. كيفية ضمان اتباع نهج موجه للتسويق عبر المنظمة	4
2	أهمية خلق قيمة للزبون والعلاقة بين المشتري والبائع	4
3	من هم عملاؤنا؟ إدخال التجزئة والاستهداف وتحديد المواقع	4
4	تقديم المزيج التسويقي: المنتج	4
5	تقديم المزيج التسويقي: السعر	4
6	تقديم المزيج التسويقي: المكان	4
7	إختبار نصف الفصل	4
8	تقديم المزيج التسويقي: الترويج(1)	4

4	تقديم المزيج التسويقي: الترويج(2)	9
4	العناصر الثلاثة المتبقية: الأدلة المادية والأشخاص والعمليات	10
4	المزيج التسويقي المتكامل: ورشة عمل دراسة حالة	11
4	التسويق في سياقات مختلفة B2B ،: B2C ، خدمات غير ربحية	12
4	التسويق الدولي: تكييف المزيج	13
4	قياس نجاح التسويق	14
4	جلسة المراجعة	15
60	المجموع	

### ثالثا: أهداف المقرر

1. وصف طبيعة التسويق وأهمية التوجه التسويقي
2. اكتب مكان إضافة قيمة العميل في جميع أنحاء المنظمة
3. التعرف على العميل وكيفية استخدام نهج STP
4. تسمية المزيج التسويقي للخدمات والعناصر الموجودة فيه
5. تحديد أهمية المزيج التسويقي المتكامل
6. قياس المزيج التسويقي في مجموعة متنوعة من السياقات
7. تبرير المشكلات الرئيسية في مزيج التسويق الحالي وتقديم توصيات للتطوير
8. شرح الحلول المناسبة لخلق قيمة للعملاء
9. إظهار العمل بفعالية في فريق لبناء حلول للقضايا التنظيمية. تظهر بشكل فعال في العمل الجماعي. تلبية المواعيد النهائية للعمل الجماعي
10. تفسير الأفكار بشكل فعال داخل المجموعة
11. تقييم مهارات الاستماع الجيدة
12. أظهر الأفكار بثقة في الفصل

### رابعا: المراجع العلمية:

Brassington, F. and Pettitt, S. (2012) *Essentials of marketing*. 3<sup>rd</sup> edition. Harlow, Pearson. [ISBN 9780273727644].

اصول التسويق ، مدخل تحليلي، ناجي معلا 2014

Baines, P. and Fill, C. (2014) *Marketing*. 3<sup>rd</sup> edition. Oxford, OUP. [ISBN 9780199659531]

Jobber, D. and Ellis-Chadwick, F. (2012) *Principles and practice of marketing*. 7<sup>th</sup> edition. Maidenhead, McGraw-Hill. [ISBN 9780077140007].

Journal of Marketing

Journal of Consumer Marketing

Journal of Business & Industrial Marketing

Journal of B2B Marketing

#### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

النسبة من إجمالي درجة التقييم	أنشطة التقييم	م
%20	الواجبات، مناقشة الصف	1
%20	العرض التقديمي ، المزيج التسويقي	2
%20	الاختبار النصفي	3
%40	الاختبار النهائي	4

اسم المقرر:	أخلاقيات العمل
رمز المقرر:	GRC 330
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يعرّف هذا المقرر الطلاب على أخلاقيات العمل من منظور إسلامي. ويناقش مفهوم الأخلاق، والعمل وأهميته، ومتطلبات الوظيفة، والمبادئ الأخلاقية في مكان العمل مثل الصدق، والأمانة، والعدل، والتعاون، والمبادرة، وضمان الجودة، والسلوك الأخلاقي والمهني. كما يتناول المقرر أخلاقيات العمل في الحضارة الإسلامية، وطرق تعزيز أخلاقيات العمل وطرق تجنب الأعمال التي تتعارض مع أخلاقيات العمل مثل الفساد وتضارب المصالح والرشوة والسرقة والغش والتمييز والمحسوبية وغيرها من السلوكيات غير الأخلاقية. بالإضافة إلى ذلك، يناقش المقرر العلاقات في مكان وبيئة العمل وحقوق والتزامات صاحب العمل والموظفين في ضوء اللوائح والقوانين ذات العلاقة بممارسات أخلاقيات العمل في المملكة العربية السعودية.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة عامة للمقرر	2
2	مفاهيم العمل والأخلاق	2
3	مؤهلات الوظيفة في الإسلام	2
4	المبادئ الأخلاقية في بيئة العمل: الصدق والثقة	2
5	المبادئ الأخلاقية في بيئة العمل: العدل، التعاون، المبادرة	2
6	المبادئ الأخلاقية في بيئة العمل: ضمان الجودة، السلوك الأخلاقي والمهني	2
7	أخلاقيات العمل في الحضارة الإسلامية	2
8	طرق تعزيز أخلاقيات العمل	2
9	طرق تجنب الأعمال التي تتعارض مع أخلاقيات العمل: الفساد، تضارب المصالح، الرشوة، السرقة، الغش، التمييز، المحسوبية	2
10	العلاقات في مكان وبيئة العمل	2
11	أخلاقيات وسلوكيات وحقوق والتزامات صاحب العمل والموظفين	2
12	بعض القواعد واللوائح التي تنظم قوانين وممارسات أخلاقيات العمل في المملكة العربية السعودية	2
13	كيفية تطبيق أخلاقيات العمل -1	2
14	كيفية تطبيق أخلاقيات العمل -2	2

2	مراجعة شاملة	15
30		المجموع

### ثالثا : أهداف المقرر

تم تصميم هذا المقرر لمساعدة الطلاب على:	
1.	تعريف أخلاقيات العمل من المنظر الإسلامي ومناقشة تطور دراسات أخلاقيات العمل.
2.	تصنيف وإدراك القضايا الأخلاقية الإسلامية المتعلقة بأطراف العمل والمجالات الوظيفية المختلفة.
3.	تطبيق القيم الإسلامية فيما يخص أخلاقيات العمل.
4.	شرح البعد الاقتصادي، والبعد القانوني، والبعد الأخلاقي، والسلطات الخيرية للمسؤولية الاجتماعية.
5.	تحديد ومناقشة والتعامل مع المشاكل الأخلاقية المتكررة في بيئات العمل المختلفة.
6.	وصف التطور الأخلاقي المعرفي وكيف تؤثر الأخلاق الفردية على ثقافة المؤسسات والتعامل مع الفرص والتحديات في مكان العمل.
7.	شرح كيفية اتخاذ القرار الأخلاقي من المنظر الإسلامي لتحسين القرارات ذات العلاقة في بيئة العمل.
8.	وصف كيف يؤثر الهيكل التنظيمي وثقافة المؤسسة على اتخاذ القرارات الأخلاقية داخل المنظمة.
9.	شرح تأثير العلاقات الشخصية والفرص والصراع على السلوك الأخلاقي داخل المنظمة.
10.	تحديد مكونات إطار وميثاق أخلاقي فعال وتحديد مسؤولية إدارة العمل عن الامتثال الأخلاقي وطرق التواصل الفعال والمستمر لتحسين أطر ومواثيق الأخلاقيات.
11.	مناقشة القضايا الأخلاقية في منظمات الأعمال الوطنية والدولية.
12.	شرح كيف ترتبط أخلاقيات العمل بأداء المؤسسات وكيف تساهم الأخلاقيات في الجودة التنظيمية ورضا العملاء والتزام الموظفين وتحقيق الأرباح.

### رابعاً: المراجع العلمية:

#### المرجع الرئيس للمقرر:

- الدليل الاسترشادي لقواعد أخلاقيات العمل – وزارة العمل – 2017م
- أخلاقيات المهنة، الإصدار الثاني 1439 هـ، جامعة الملك سعود، الرياض، مجموعة من المختصين في العلوم الشرعية، ردمك 8-568-507-603-978-ISBN (متوفر لدى مكتبة خوارزم والشقري وكنوز المعرفة وغيرهم)

### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	مشاركة تجربة شخصية إيجابية أو سلبية ذات علاقة بأخلاقيات العمل مع زملاء الدراسة ومناقشة الدروس المستفادة منها	2-15	2%
2	الإجابة على استبانات عبر الإنترنت لـ 50 صفة و 23 سؤالاً تتعلق بأخلاقيات العمل	3-5	3%

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
3	إعداد وتقديم عرض تقديمي رسمي في المحاضرات	4-14	10%
4	المشاركة في مبادرة جماعية تتعلق بأخلاقيات العمل لإثبات فهم وتطبيق ما تم تعلمه في الفصل	6-15	5%
5	القيام بمبادرة شخصية تتعلق بأخلاقيات العمل لإثبات فهم وتطبيق ما تم تعلمه في المحاضرات	6-15	5%
6	مشاركة مقطع فيديو محدد يتعلق بأخلاقيات العمل لتعزيز ما تم تعلمه في المحاضرات	7-14	3%
7	كتابة ميثاق شرف شخصي للمهنة المستقبلية	11-14	2%
8	المشاركة أثناء المحاضرات	1-15	5%
9	الحضور	1-15	5%
10	اختبار نصف الفصل	7	20%
11	امتحان نهائي	17	40%

اسم المقرر:	فن مهارات الاتصال
رمز المقرر:	GRC 220
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يعرّف هذا المقرر الطلاب على الاتصالات البشرية من حيث المفهوم والأهمية والعناصر والخصائص والعقبات والأنواع. كما أنه يساعدهم على اكتشاف وتقييم أنفسهم وشخصيتهم. كما يتم تدريس مهارات الإرسال والاستقبال بما في ذلك القراءة والكتابة والتواصل والمهارات اللفظية وغير اللفظية في هذه الدورة. يتم تقديم مهارات الحوار والمناظرات والإقناع للطلاب أيضًا. أخيرًا، تعد مهارات الاتصال المطلوبة في مكان العمل وفي مكان العمل جزءًا مهمًا من هذه الدورة بما في ذلك طلب الوظيفة وكتابة السيرة الذاتية ومهارات المقابلة.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة عامة للمقرر	3
2	مقدمة في الاتصال	3
3	التواصل الذاتي	3
4	مهارات الاستقبال: أ- مهارات الاستماع	3
5	ب- مهارات القراءة	3
6	مهارات الإرسال: أ- مهارات التحدث	3
7	ب- مهارات العروض	3
8	ج- مهارات الكتابة	3

3	التواصل غير اللفظي	9
3	النقاش والحوار	10
3	مهارات التفاوض والإقناع	11
3	التواصل في العمل	12
3	كتابة السيرة الذاتية	13
3	المقابلات الشخصية (مقابلات العمل / التوظيف)	14
3	مراجعة شاملة	15
45	المجموع	

### ثالثاً : أهداف المقرر

تم تصميم هذا المقرر لتحقيق الأهداف الرئيسية التالية:	
1-	أن يتعرف الطلاب على الاتصال الإنساني من حيث: مفهومه وأهميته وعناصره وخصائصه ومعوقاته وأنواعه.
2-	أن يساعد الطلاب على فهم ذواتهم واكتشاف قدراتهم، والعمل على تطويرها، واستثمار ذلك في قرارات التخصص والمهنة.
3-	إكساب الطلاب المهارات والقدرات التي تمكنهم من حسن الإنصات للمتحدثين ومن القراءة الفعالة.
4-	إكساب الطلاب المهارات اللازمة لتقديم أنفسهم وأفكارهم بأكثر الطرق تأثيراً عن طريق الإلقاء والكتابة.
5-	مساعدة الطلاب على تنمية مهارات الاتصال غير الكلامي وتطويرها.
6-	إكساب الطلاب مهارات الحوار والإقناع.
7-	تعريف الطلاب بأنماط الاتصال في بيئة العمل ووسائلها، واكتساب مهارات الاتصال باقتدار داخل هذه البيئة.

### رابعاً: المراجع العلمية:

#### المرجع الرئيس للمقرر:

كتاب مهارات الاتصال، إعداد مجموعة من الأساتذة المختصين بجامعة الملك عبد العزيز، تحرير د. نوح بن يحيى الشهري، الناشر: دار حافظ للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 1435هـ المؤلفون: د. أنمار حامد مطاوع، د. نوح بن يحيى الشهري، د. سعيد بن عبده نجيد، أ. د. عبد المنعم بن عبد السلام الحياتي، د. طارق بن سيد أحمد الخلفي، د. أحمد عبد الله الغامدي.

#### بعض المراجع المساندة:

- 1- أبو النصر، مدحت (2009م). *مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين*. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- 2- الطائي، حميد؛ العلاق، بشير (2009م). *أساسيات الاتصال نماذج ومهارات*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- 3- الجيوسي، محمد بلال (2002م). أنت وأنا (مقدمة في مهارات الاتصال الإنساني). الرياض: مكتب التربية العربي لدول الخليج.
- 4- طريف، شوقي (2003م). المهارات الاجتماعية والاتصالية: دراسات وبحوث نفسية. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 5- المسعودي، سعد بركي (2007م). مهارات الاتصال. جدة: مطابع جامعة الملك عبد العزيز.
- 6- مشاركة، تيسير (2013م). مبادئ في الاتصال. عمان: دار أسامة.
- 7- جوهر، صلاح الدين (1980م). علم الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته. القاهرة: مكتبة عين شمس.
- 8- مكاي، حسن عماد؛ السيد، ليلى حسين (2012م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 9- المغامس، خالد بن محمد (1425هـ). الحوار آدابه وتطبيقاته في التربية الإسلامية. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.
- 10- راسل اتش، جرانجر (2009م). المحفزات السبع للحصول على نعم: علم التأثير على قرارات الآخرين (ترجمة: مكتبة جرير). الرياض: مكتبة جرير.
- 11- بكار، عبد الكريم (2010م). الاتصال الأسري. الرياض: مؤسسة الإسلام اليوم.
- 12- أحمد، عصام عبد العظيم (2002م). دليلك إلى الاتصال الفعال من منظور إسلامي. الرياض: دار ألفا.
- 13- أبو إصبع، صالح خليل (2004م). الاتصال والإعلام. عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع.
- 14- جودي، جيمس (2012م). الدليل الكامل في لغة الجسد (ترجمة: مكتبة جرير). الرياض: مكتبة جرير.
- 15- الوائلي، حصة عبد الرحمن (2009م). الحوار الأسري: التحديات والمعوقات. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.
- 16- ليل، لاوندس (2005م). كيف تجذب الناس كالمغناطيس؟ (ترجمة: مكتبة جرير). الرياض: مكتبة جرير.

#### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	مشاركة تجربة اتصال شخصية إيجابية أو سلبية مع زملاء الدراسة ومناقشة الدروس المستفادة منها	2-15	3%
2	تحديد الأهداف الشخصية وطرق تحقيقها	3-5	2%
3	سرد مبادرة التنمية الشخصية واستراتيجية تغيير التحسين الشخصي	4-10	2%
4	تنفيذ مبادرة شخصية أو جماعية تتعلق بمهارات الاتصال لإثبات فهم وتطبيق ما تم تعلمه في المحاضرات	6-15	5%

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
5	إعداد وتقديم عرض تقديمي رسمي في المحاضرات	7-15	10%
6	كتابة مقال إقناع حول واحد من أكثر من 20 موضوعاً	11-14	3%
7	كتابة سيرة ذاتية فعلية للتقدم لوظيفة مرتقبة في المستقبل	13-15	5%
8	المشاركة أثناء المحاضرات	1-15	5%
9	الحضور	1-15	5%
10	اختبار نصف الفصل	7	20%
11	امتحان نهائي	17	40%

اسم المقرر:	الانجليزية لإدارة الأعمال
رمز المقرر:	GRC 215
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يدعم مقرر "اللغة الإنجليزية للأعمال" كلاً من المهارات اللغوية والمهنية لطلاب اللغة الانجليزية التخصصية الذين يتعلمون ليس فقط المعلومات الضرورية حول تكنولوجيا معلومات الأعمال ولكنهم أيضاً المهارات اللغوية والمهنية المتكاملة التي يحتاجون إليها في حياتهم الأكاديمية والمهنية. بالإضافة إلى ذلك، يعمل المقرر على إشراك الطلاب في الأنشطة المتعلقة بالمفردات من أجل تمكينهم من إدراك المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالتخصص واستخدامها بنجاح في حياتهم الأكاديمية والعملية.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	ماهية العمل؟	2 ساعات في الاسبوع
2	ريادة الأعمال	2 ساعات في الاسبوع
3	أساسيات المحاسبة	2 ساعات في الاسبوع
4	أنواع مختلفة من المحاسبة	2 ساعات في الاسبوع
5	الضريبة والزكاة	2 ساعات في الاسبوع
6	التكلفة والمحاسبة المالية	2 ساعات في الاسبوع
7	الأصول المالية والمسؤوليات المالية	2 ساعات في الاسبوع
8	التدقيق والتأكيد	2 ساعات في الاسبوع

2 ساعات في الاسبوع	وضع الميزانية في الأعمال	9
2 ساعات في الاسبوع	التأمين وأنواعه المختلفة	10
2 ساعات في الاسبوع	التأمين الصحي: منظور إسلامي	11
2 ساعات في الاسبوع	أساسيات تأمين المركبات	12
2 ساعات في الاسبوع	التأمين شخصي	13
2 ساعات في الاسبوع	التأمين ولوائحه الجارية في المملكة العربية السعودية	14
المجموع		

### ثالثا : أهداف المقرر

المعارف	1
بحلول نهاية المقرر، سيكون الطالب قادرا على: قراءة وفهم الموضوعات المتعلقة باختصاص الاعمال.	1.1
الكتابة والتحدث بشكل جيد عن الموضوعات المتعلقة بالأعمال.	1.2
استعمال العديد من المفردات المتعلقة بالأعمال التجارية ونطقها جيداً.	1.3
اجراء عروض تقديمية كالباور بونت وكتابة المشاريع	1...
المهارات	2
بحلول نهاية المقرر، سيكون الطالب قادرا على اظهار: مهارات القراءة	2.1
مهارات الاستماع	2.2
مهارات الكتابة و المحادثة	2.3
مهارات العروض التقديمية كالباور بونت وكتابة المشاريع	2...
الكفاءات	3
بحلول نهاية المقرر، سيكون الطالب قادرا على: قراءة وفهم المحتويات المتعلقة بالعمل	3.1
التحدث باللغة الإنجليزية بشكل جيد و سليم	3.2
الكتابة باللغة الإنجليزية بشكل جيد و سليم	3.3
اعطاء عروض تقديمية كالباور بونت	3...

رابعاً: المراجع العلمية:

Ahmad, J. ( 2017). <b>English for Business and Management Students”</b> (Textbook) published by Scientific Publishing Center, King Abdulaziz University, Jeddah , Kingdom of Saudi Arabia in 2017 This book is prescribed as a course book for the Students of English for Business at Faculty of Applied Studies, King Abdulaziz University, KSA. <b>Customized teaching materials have also been prepared in conformity with their specific domains of specialization. (accounting, marketing and insurance)</b>	المرجع الرئيس للمقرر
<b>Title of journals :1. ESP ( English for Specific Purposes</b> <b>2. ELT: English Language Teaching</b>	المراجع المساندة
<b>1. <a href="https://www.journals.elsevier.com/english-for-specific-purposes/">https://www.journals.elsevier.com/english-for-specific-purposes/</a></b> <b>2. <a href="https://www.sciencedirect.com/journal/the-esp-journal">https://www.sciencedirect.com/journal/the-esp-journal</a></b> <b>3 <a href="https://www.asian-esp-journal.com/">https://www.asian-esp-journal.com/</a></b>	المصادر الإلكترونية
<b>1. <a href="https://www.journals.elsevier.com/english-for-specific-purposes/">https://www.journals.elsevier.com/english-for-specific-purposes/</a></b> <b>2. <a href="https://www.sciencedirect.com/journal/the-esp-journal">https://www.sciencedirect.com/journal/the-esp-journal</a></b> <b>3 <a href="https://www.asian-esp-journal.com/">https://www.asian-esp-journal.com/</a></b>	أخرى

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
5%	بنهاية الاسبوع 4	اختبار 1	1
5%	بنهاية الاسبوع 8	اختبار 2	2
5%	بنهاية الاسبوع 5	تقديم عرض باور بونت 1	3
5%	بنهاية الاسبوع 9	تقديم عرض باور بونت 2	4
30%	بنهاية الاسبوع 7	اختبار نصفي	5
10%	بنهاية الاسبوع 10	كتابة مشروع	6
40%	بنهاية الاسبوع 14	اختبار نهائي	7

اللغة الانجليزية مكثفة 2	اسم المقرر:
GRC 112	رمز المقرر:
دبلوم التسويق	البرنامج:
إدارة الأعمال	القسم العلمي:
كلية الدراسات التطبيقية	الكلية:
جامعة الملك عبدالعزيز	المؤسسة:

#### أولاً: توصيف المقرر:

هذا المقرر هو مقرر لغة انجليزية مكثف. وهو يتبع منهج المهارات المتعددة والذي ترتبط فيه مكونات المقرر بعضها ببعض. وهو يتناول المهارات الأربعة الأساسية للغة مثل الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة وتحسين النطق وبناء المفردات..

تم تصميم هذا المقرر لتدريب الطلاب على استخدام اللغة الإنجليزية لأغراض التواصل اليومي المتعلقة بالكلية والعمل والحياة الاجتماعية. كما يوفر للطلاب فرصة الجمع بين معنى وفعالية تعلم اللغة في بيئة تعليمية تفاعلية. هذا النهج يوسع أفقهم مما يساعدهم على إتقان اللغة المستهدفة. كما يعبرون عن آرائهم وأفكارهم باستخدام مواضيع ممتعة ومفيدة لأغراض التواصل، والقواعد كوسيلة لتحقيق الدقة والكفاءة في اكتساب اللغة المستهدفة.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	Good memories	20
2	Life in the city	20
3	Changes	20
4	Ever tried snails?	20
5	Hit the road Jack!	20
6	I'll be sure to do it!	20

20	What's this for?	7
20	Let's celebrate!	8
20	Time will tell	9
20	I don't like long commutes!	-10
20	It's worth visiting	11
20	Cut a long story short	12
20	That's entertaining	13
20	Now I get it!-	14
20	You shouldn't have said that!-	15
20	Excuses, excuses!-	16
320	المجموع	

### ثالثا : أهداف المقرر

1-- قراءة مقال / فقرة / نص ، وفهم الأسئلة والإجابة عنها بطرق مختلفة مثل : استكمال أسئلة صحيح خطأ ، و الاختيار من متعدد والأجوبة القصيرة ، وأخيرا كتابة حول بعض المواضيع داخل الوحدات
2- تعلم المفردات وتنمية المهارات لاستخدام هذه الكلمات. يتعلم المتعلمون هذه العناصر من خلال خرائط الكلمات وتمارين المعنى حتى يتمكنوا من استخدامها في سياق واضح.
3. الاستماع إلى نماذج المحادثات التي تشتمل على الفهم الاستماعي ، والتفاصيل، والقواعد اللغوية و الاستدلال من السياق.3-
4. إعداد العروض التقديمية بشكل فردي أو في مجموعات. وسيكون ذلك جزءاً من مهام التعلم التي من المرجح أن تمكنهم من اكتساب المهارات وتسهيل التواصل مع الآخرين في أوضاع مختلفة.

### رابعا: المراجع العلمية:

## 2. Interchange Level 2 Fifth edition Workbook

1. Interchange Level 2 Fifth edition  
Student's Book with Online Self-Study  
2. Interchange Level 2 Fifth edition  
Workbook

المؤلفون::

Richards, with Jonathan Hull, with Susan Proctor

المرجع الرئيس للمقرر

لا يوجد	المراجع المساندة
يتم استخدام برنامج بلاك بورد للفصول الافتراضية و مصادر التعلم الإلكتروني مثل YouTube	المصادر الإلكترونية
<a href="#">interchange-5th-edition/interchange-level-1-5th-edition-students-book-</a>	أخرى

### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبارات الدورية القصيرة والواجبات والتكليفات	الأسبوع 3 و 7 و 10 و 13	30 %
2	الاختبار النصفي	الأسبوع 8	30 %
3	الاختبار النهائي والاختبار الشفهي	الأسبوع 16	40 %

اسم المقرر:	اللغة الإنجليزية المكثفة 1
رمز المقرر:	GRC 111
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

تم تصميم هذه الدورة لتعريف الطلاب باستخدام اللغة الإنجليزية للأغراض اليومية المتعلقة بالعمل والمدرسة والحياة الاجتماعية. يوفر للطلاب فرصة للجمع بين كل من معنى وفعالية التعلم في بيئة حقيقية. هذا النهج يوسع أفقهم ويجعلهم يخصصون اللغة الهدف. كما يعبرون عن أنفسهم بأرائهم وأفكارهم باستخدام موضوعات ممتعة ومفيدة وظائف التواصل، والقواعد كوسيلة لتحقيق الكفاءة في استخدام اللغة الإنجليزية.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	من اين انت؟	20
2	ماذا تفعل؟	20
3	بكم هذه الاشياء؟	20
4	هل تعزف على الجيتار؟	20
5	يا لها من عائلة ممتعة!	20
6	كم تركض بالعادة؟	20
7	ذهبنا للرقص!	20
8	كيف حال الحي؟	20

20	كيف تبدو؟	9
20	هل كنت هناك من قبل؟	10
20	إنها مدينة جميلة حقاً	11
20	من المهم أن أستريح	12
20	ماذا تفضل؟	13
20	إنها أبرد مدينة!	14
20	ماذا ستفعل لاحقاً؟	15
20	كيف تغيرت؟	16
320	المجموع	

### ثالثاً : أهداف المقرر

<p>1. اقرأ مقالة / فقرة وأشر إلى الفهم من خلال الإجابة على الأسئلة بطرق مختلفة مثل: إكمال صحيح أو خطأ ، MCQs ، المطابقة ، إجابات قصيرة (أيهما ينطبق) ، وأخيراً كتابة فقرة مماثلة حول بعض الموضوعات</p> <p>2. تعلم المفردات وتطوير المهارات لاستخدام تلك الكلمات المستهدفة. يتعلم المتعلمون هذه العناصر من خلال خرائط الكلمات وتمارين التجميع حتى يتمكنوا من الاستفادة من السياق</p> <p>3. استمع إلى محادثات نموذجية تتضمن الاستماع إلى الجوهر والتفاصيل والتراكيب واستنتاج المعنى من السياق</p> <p>4. إعداد العروض التقديمية بشكل فردي وفي مجموعات. سيكون هذا جزءاً من مهام التعلم التي من المرجح أن تمكن مهاراتهم وتسهل عليهم التواصل مع الآخرين في مواقف مختلفة</p>
---

#### رابعاً: المراجع العلمية:

Interchange المستوى 1 الطبعة الخامسة

كتاب الطالب مع الدراسة الذاتية ان لايين (عبر الإنترنت )

Interchange.2 المستوى 1 الطبعة الخامسة

كتاب النشاط

المؤلفون:

جاك س. رينشاردز مع جوناثان هال وسوزان بروكتور

#### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبارات الدورية القصيرة والواجبات والتكليفات	الاسبوع 3 و 7 و 10 و 13	30 %
2	الاختبار النصفى	الأسبوع 8	30 %
3	الاختبار النهائي والاختبار الشفهي	الأسبوع 16	40 %

اسم المقرر:	الرياضيات التحضيرية (2)
رمز المقرر:	GRC101
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	إدارة الأعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

الدوال العكسية (معكوس الدوال) - الدوال الأسية وتطبيقاتها - الدوال اللوغاريتمية وتطبيقاتها - خواص اللوغاريتمات - المعادلات الأسية واللوغاريتمية - أنظمة المعادلات الخطية في متغيرين - أنظمة المعادلات الخطية في أكثر من متغيرين (ثلاثة متغيرات) - المتباينات في متغيرين وأنظمة المتباينات - المصفوفات - جبر المصفوفات - خواص المصفوفات - معكوس المصفوفات - المحددات - حلول المعادلات الخطية - باستخدام معكوس المصفوفة - باستخدام المحددات (طريقة كرامر) - المتتابعات & المتسلسلات - المتتابعات الحسابية & المتسلسلات الحسابية - المتتابعات الهندسية & المتسلسلات الهندسية

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	الدوال العكسية	4
2	الدوال والمعادلات الأسية و اللوغاريتمات	4
3	خواص اللوغاريتمات والدوال الأسية	4
4	المعادلات الأسية و المعادلات اللوغاريتمات	4
5	أنظمة المعادلات الخطية في متغيرين	4
6	أنظمة المعادلات الخطية في أكثر من متغيرين (ثلاثة متغيرات)	4
7	المتباينات في متغيرين وأنظمة المتباينات	4
8	المصفوفات - وجبر المصفوفات	4
9	خواص المصفوفات - معكوس المصفوفات	4
10-	المحددات - حلول المعادلات الخطية باستخدام معكوس المصفوفة	4
11-	استخدام المحددات (طريقة كرامر)	4

4	المتتابعات & المتسلسلات	-12
4	المتتابعات الحسابية & المتسلسلات الحسابية	-13
4	المتتابعات الهندسية & المتسلسلات الهندسية	-14
4	مراجعة	-15

### ثالثا : أهداف المقرر

1. معرفة الداله والدوال العكسية
2. التعامل مع الدوال الأسية وتطبيقاتها
3. فهم استخدام الدوال اللوغاريتمية وتطبيقاتها
4. إيجاد حل أنظمة المعادلات الخطية في متغيرين
5. حل أنظمة المعادلات الخطية في أكثر من متغيرين (ثلاثة متغيرات)
6. تعريف وحل مع المتباينات في متغيرين وأنظمة المتباينات
7. التعامل مع المصفوفات وجبر المصفوفات وخواص المصفوفات
8. معرفة المحددات وحلول المعادلات الخطية باستخدام معكوس المصفوفة وطريقة كرامر
9. تعريف المتتابعات & المتسلسلات
10. التعامل مع المتتابعات الحسابية و المتسلسلات الحسابية و المتتابعات الهندسية & المتسلسلات الهندسية

### رابعا: المراجع العلمية:

1-R.N. Rufmann, V.C.Barker and R.D.Nation "College Algebra and Trigonometry", 7th. Edition, Houghton Mifflin Company, 2011.

2-M. L. Lial, J. Hornby and D. I. Schneider, "College Algebra and Trigonometry", (Third edition), Pearson Education Inc., 2005.

3-M. Dugopolski, "College Algebra", (Third edition), Pearson Education Inc., 2003.

### خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبارات قصيرة	الاسبوع الرابع	10%
2	اختبار نصفي	الاسبوع السادس	30%
3	اختبارات قصيرة	الاسبوع التاسع	10%
4	الاختبار النهائي	الاسبوع الرابع عشر	40%
5	واجبات وأنشطة	كل الترم	10%

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م

اسم المقرر:	الرياضيات التحضيرية (1)
رمز المقرر:	GRC100
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	ادارة اعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

نظام الأعداد الحقيقية، الفترات، القيم المطلقة، الأسس والجذور، الصورة العلمية للأعداد الكبيرة جدا والصغيرة جدا، تبسيط المقادير الجبرية، كثيرات الحدود، العامل المشترك الاكبر، وجمع وطرح وضرب وقسمة الكسور ووضعها في ابسط صورة، تحليل الدوال التربيعية، الدوال الخطية، حلول المعادلات من الدرجة الأولى وحلول معادلات القيمة المطلقة، حلول معادلات الدرجة الثانية باستخدام التحليل واخذ الجذر التربيعي وباستخدام القانون، حل معادلات الدرجات الأعلى، حلول المتباينات والمتباينات المركبة ومتباينات القيمة المطلقة، الاحداثيات الكارتيزية، المسافة بين نقطتين في المستوي، تحديد نقطة المنتصف بين نقطتين في المستوي، مبادئ الدوال، المجال والمدى، العمليات الجبرية للدوال، رسم الدوال، الدوال كثيرة الحدود، والدوال الكسرية. ميل ومعادلة الخط المستقيم، دالة الدرجة الثانية ورسمها، التماثل والدوال الزوجية والفردية.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	نظام الاعداد الحقيقية	4
2	الاعداد الصحيحة والكسرية والاسس	4
3	كثيرات الحدود	4
4	التحليل	4
5	المقادير الكسرية	4
6	الصيغ والتطبيقات	4
7	المعادلات التربيعية	4
8	المعادلة الخطية ومعادلة القيمة المطلقة وحلولهم	4

4	معادلات من صور اخري وحلولها	9
4	المتباينات	10
4	نظام الاحداثيات فى بعدين ورسمها	11
4	مقدمة فى الدوال	12
4	الدوال الخطية	13
4	دوال الدرجة الثانية	14
4	مراجعة	15
60	الاجمالي	

### ثالثا : أهداف المقرر

1. التعامل مع نظام الاعداد الحقيقية والصحيحة والنسبية والأسس والجذور
2. التعامل مع كثيرات الحدود والتحليل
3. التعامل مع المقادير الكسرية وإيجاد القاسم المشترك الأصغر
4. إيجاد حل المعادلة الخطية ومعادلة القيمة المطلقة
5. حل معادلة الدرجة الثانية بطرق مختلفة والتعامل مع كثيرات الحدود والمقادير الكسرية والجذرية
6. التعامل مع المتباينات والمتباينات المركبة ومتباينات القيمة المطلقة وإيجاد الحل لهم
7. التعامل مع المستوي فى بعدين وإيجاد المسافة بين نقطتين فيه وكذلك إيجاد نقطة المنتصف بين نقطتين.
8. تعريف الدالة والمجال والمدى لها
9. حل الدوال الخطية وإيجاد الميل ومعادلة الخط المستقيم وكذلك للخطوط المتوازية والمتعامدة
10. التعامل مع الدالة التربيعية وخصائصها ورسمها ودراسة التماثل ودراسة الدوال الفردية والزوجية

### رابعاً: المراجع العلمية:

R.N. Rufmann, V.C.Barker and R.D.Nation "College Algebra and Trigonometry", 7th. Edition, Houghton Mifflin Company, 2011.	المرجع الرئيس للمقرر
<a href="http://www.classzone.com/algebra_1">www.classzone.com/algebra_1</a> <a href="http://www.coolmath.com/algebra">www.coolmath.com/algebra</a>	المصادر الإلكترونية
M. L. Lial, J. Hornby and D. I. Schneider, "College Algebra and Trigonometry", (Third edition), Pearson Education Inc., 2005. M. Dugopolski, "College Algebra", (Third edition), Pearson Education Inc., 2003.	أخرى

### خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبارات قصيرة	الاسبوع الرابع والثالث عشر	10%
2	اختبارات دورية	الاسبوع السادس والثاني عشر	50%
3	الاختبار النهائي	الاسبوع السادس عشر	40%

اسم المقرر:	مقدمة في تقنية المعلومات
رمز المقرر:	حاتم 100
البرنامج:	دبلوم التسويق
القسم العلمي:	إدارة أعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

هذه المادة عبارة عن اختبار للمهارات والكفاءات العملية في ممارسات الحاسب الآلي. تساعد المادة على إنشاء معيار لمهارات الحاسب الآلي الأساسية مما يتيح الفرصة للطلاب للانضمام بشكل فعال إلى عصر المعلومات الجديد وبالتالي يؤدي إلى تحقيق الهدف النهائي لمحو الأمية الحاسوبية. كما يؤكد على تطوير مهارات حل المشكلات باستخدام مجموعة من تطبيقات البرامج المكتبية المستخدمة على نطاق واسع.

المادة التعليمية تساعد الطلاب على فهم:

1. أساسيات مجال تقنية المعلومات.
2. التعرف على كيفية استخدام تطبيقات مايكروسوفت المكتبية.

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة في تقنية المعلومات	12
2	مايكروسوفت أوفيس ورد	16
3	مايكروسوفت أوفيس إكسل	16
4	مايكروسوفت أوفيس بوربوينت	16

#### ثالثاً: أهداف المقرر

الهدف الرئيسي من هذه المادة هو تزويد الطلاب بلمحة عامة عن المفاهيم الرئيسية في مجال تقنية المعلومات والمهارات المطلوبة لاستخدام تطبيقات مايكروسوفت المكتبية، بما في ذلك Word و Excel و PowerPoint.

#### رابعاً: المراجع العلمية:

1. Craig Zacker. (2018). Microsoft Official Academic Course – Microsoft Word 2016. ISBN: 978-1-11-927300-4

2. Joyce J. Nielsen. (2018). Microsoft Official Academic Course – Microsoft Excel 2016. ISBN: 978-1-11-927299-1
3. Joyce J. Nielsen. (2018). Microsoft Official Academic Course – Microsoft PowerPoint 2016. ISBN: 978-1-11-927303-5

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
20%	2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 12, 13	كويزات	1
20%	7, 11, 14	الواجبات	2
15%	8	الاختبار الدوري الأول	3
15%	15	الاختبار الدوري الثاني	4
30%	16	الاختبار النهائي	5

اسم المقرر:	تخطيط وتنظيم الاحداث
رمز المقرر:	تام ٣٢٣
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يقدم هذا المقرر للطلاب عملية التخطيط لتنظيم وتطوير الأحداث الناجحة. تم تنظيم المقرر بطريقة تمكن الطلاب من التخطيط لحدث مباشر وتقييم نجاحه. الأحداث هي جزء أساسي من مزيج الاتصالات التسويقية ومجالات أخرى من المنظمة على سبيل المثال أحداث توظيف الموظفين وأحداث إطلاق المنتج وما إلى ذلك. يعد فهم كيفية تخطيطها وتقديمها وتقييمها من مهارات الاتصال التسويقي الأساسية.

في نهاية المقرر سيتمكن الطلاب من:

- تحديد حدث لجمهور مستهدف محدد
- تحديد موقعا مناسباً واجراء تقييم للمخاطر
- وضع خطة إدارة الحدث بما في ذلك أهداف قابلة للقياس والأنشطة الرئيسية والجدول الزمنية
- إدارة ميزانية الحدث وضمان تشغيل الحدث حسب التخطيط
- تحديد متطلبات الموارد لهذا الحدث

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة عن الأحداث والمعارض.	٣
2	نظرة عامة على التقييم العملي - تخطيط وتقديم حدث	٣
3	نطاق الحدث	٣
4	أهداف الحدث ومقاييس النجاح	٣
5	تحديد مصادر المكان	٣
6	تقييم المخاطر والهجرة	٣
7	اختبار نصف الفصل	٣
8	إدارة موارد الحدث؛ المال والناس والوقت	٣

٣	تسويق الحدث لضمان النجاح	9
٣	إدارة العارضين أو المتحدثين في المؤتمر	10
٣	إدارة الحدث -ضمان النجاح في اليوم -العمليات والخدمات اللوجستية	11
٣	عرض خطط الحدث	12
٣	الحدث	13
٣	تقييم نجاح الحدث	14
٣	جلسة المراجعة	15
٤٥	المجموع	

### ثالثاً: أهداف المقرر

- تنظيم حدثاً للجمهور المستهدف المحدد
- تحديد مكان مناسب للأحداث وإجراء تقييم للمخاطر
- شرح المخاطر المرتبطة بإدارة حدث والاستعداد للتعامل مع الاحداث بطريقة مدروسة
- تطوير حدث إبداعي مناسب للجمهور المستهدف لإيصال خطط الحدث إلى ذوي المصلحة من الحدث
- تبرير اختيار مكان الحدث والجمهور المستهدف
- إدارة فريق الحدث وتوزيع المسؤولية وفقاً لذلك
- شرح وتوضيح خطط الحدث للفريق لضمان نجاح الحدث

### رابعاً: المراجع العلمية:

Bowdin, G.A.J (2013) *Events Management*. Routledge ISBN 978-1856178181

Berridge, G (2006) *Events Design & Experience*. Routledge ISBN 978-0750664530

Journal of event management

Journal of Consumer Marketing

Journal of Business & Industrial Marketing

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

النسبة من إجمالي درجة التقييم	أنشطة التقييم	م
٥%	الواجبات، - اختبارات قصيرة	١
١٠%	العرض التقديمي، قيادة وإدارة حدث	٢
٥%	الحضور في بلاك بورد	٣
٤٠%	اختبارات نصفية ١ / ٢	٤
٤٠%	الاختبار النهائي	٥

اسم المقرر:	البيع الناجح
رمز المقرر:	تام 322 (BA322)
البرنامج:	دبلوم في التسويق
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

#### أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر مبادئ البيع الناجح ويبين القيم والمبادئ والمهارات الواجب توفرها في رجل البيع الناجح الفعال.

يتم التركيز على النقاط الآتية:

- مفهوم التسويق والمبيعات.

- مهام رجل البيع.

- أهمية رجل البيع.

- أساسيات التكوين الشخصي (القيم والأخلاق والسلوك) لرجل البيع.

- أساسيات التكوين المعرفي لرجل البيع (ثقافته رجل البيع)

- أساسيات المهارة والكفاءة البيعية لرجل البيع.

- أساسيات الأعمال التنفيذية لرجل البيع (الأهداف - الخطط - البرامج - التنفيذ - المتابعة والرقابة وتقويم الأداء - اتخاذ القرارات اللازمة للتطوير إلى الأحسن) .

#### ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة عن البيع	3
2	إعدادات المبيعات والبيع الدولي	6
3	عملية البيع التقليدية - نظرة عامة	6
4	بناء علاقات مع المشتري واتخاذ القرار	3
5	اختبار نصف الفصل	3
6	التخطيط للبيع: التحضير لتمثيل الأدوار	3

3	لعب الأدوار	7
3	دراسة حالة	8
3	تقييم رجل المبيعات	9
3	إدارة الحسابات الكبرى	10
3	إدارة الأفراد	11
3	ورشة عمل: المعلومات الأساسية وملاحظات التطوير	12
3	مراجعة عامة	13
45	المجموع	

### ثالثاً: أهداف المقرر

مع ظهور العميل الرقمي، أصبحت العلاقة بين المشتري والبائع أكثر من أي وقت مضى. العلاقات تزداد أهمية. وقد أثر ذلك على طريقة بيع المنتجات والخدمات والمنهجيات التي يستخدمها متخصصو المبيعات. سيعرف هذا المقرر الطلاب على تلك البيئة المتغيرة ويدرس مناهج جديدة للبيع.

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- فهم الطبيعة الديناميكية لبيئة المبيعات
- تخطيط وإعداد عروض المبيعات الفعالة
- تحديد وحل مشاكل العمل من خلال تحديد احتياجات العملاء والاستجابة لها
- إظهار فوائد المنتجات والخدمات والتغلب على الاعتراضات.

رابعاً: المراجع العلمية:

Jobber, D & Lancaster, G (2015) *Selling & Sales Management*. Pearson ISBN 98-1292078007

Bird, T & Cassell, J (2014) *Brilliant Selling*. Pearson ISBN 978-1292083247

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	امتحان نصف الفصل الدراسي الأول	6	(20 %)

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
2	الحضور	على كامل الفصل	(%5)
3	تقديم عمل نظري	على كامل الفصل	(%5)
4	اختبارات قصيرة والواجبات	على كامل الفصل	(%10)
5	امتحان نصف الفصل الدراسي الثاني	14	(%20)
6	الامتحان النهائي	16	(%40)