



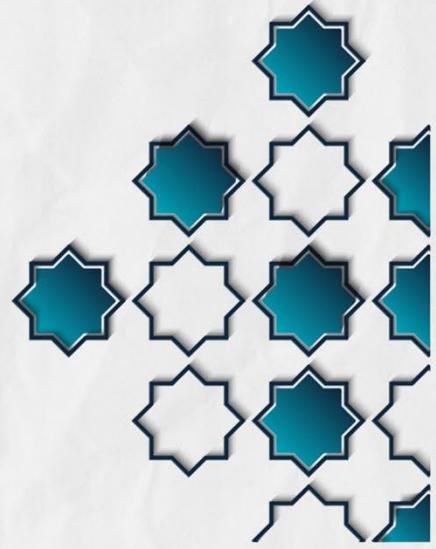
الجامعة الإسلامية بنيسوتا
Islamic University of Minnesota
المركز الرئيسي IUM



المركز الرئيسي
بنيسوتا

2024 - 2025

دليل الخطط الدراسية





الجامعة الإسلامية بمينيسوتا
Islamic University of Minnesota
المركز الرئيسي IUM

المركز الرئيسي

لجنة
المناهج
والخطط الدراسية

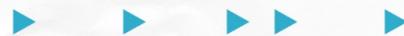
مرحلة الماجستير



قسم التسويق

25
46

الخطة الدراسية للقسم





الجامعة الإسلامية بنيسوتا
Islamic University of Minnesota
المركز الرئيسي IUM

لجنة
المنهاج
والخطط الدراسية

قسم التسويق «ماجستير»



الخطبة الدراسية للقسم





قسم التسويق «ماجستير»

نبذة عن القسم

▶ نبذة عن القسم:

يعد تخصص التسويق من التخصصات المهمة في كلية الاقتصاد وإدارة الأعمال، ولقد زادت أهمية هذا التخصص كثيرا في الفترة الأخيرة بسبب زيادة اهتمام الشركات العالمية بهذا المجال. تأسس قسم التسويق في الكلية ليسهم مع بقية أقسام الكلية على إعداد الكوادر التسويقية المؤهلة علمياً والقادرة على إدارة النشاط التسويقي في مؤسسات الأعمال بكفاءة عالية، وذلك من خلال التركيز على جودة التعليم باكتساب الطلبة المهارات اللازمة في مجال التسويق والعلامة التجارية وبحوث التسويق والإعلان والخدمات اللوجستية وغيرها؛ بهدف صنع القرار التسويقي وتزويدهم بالمعارف والمفاهيم التسويقية العلمية وربط الطلبة بالطرق والأساليب الكمية والنوعية المتقدمة اللازمة لدراسة وتحليل الأسواق.

رؤية ورسالة القسم

▶ رؤية القسم:

❖ الريادة في بناء مجتمع عالمي من المتخصصين والمحترفين في التسويق للمنافسة في سوق العمل وإثراء مجتمع المعرفة.

▶ رسالة القسم:

❖ تقديم مخرجات مؤهلة أكاديمياً ومتميزة مهنيًا لأداء الوظيفية التسويقية قادرة على إثراء المعرفة التخصصية وربط المعرفة النظرية بالجانب التطبيقي في بيئة تعليمية مواكبة لأفضل الممارسات الأكاديمية والمهنية وبما يتناسب مع احتياجات سوق العمل وخدمة المجتمع.





قسم التسويق «ماجستير»

أهداف البرنامج

- ◀ رفد السوق بكوادر عالية الكفاءة والتخصص في التسويق المحلي والدولي والرقمي.
- ◀ تزويد الخريج بمعارف ومهارات ذات أبعاد إقليمية ودولية في مجال التسويق وتأهيله للعمل في بيئة ذات طابع إقليمي وعالمي متغير باستمرار.
- ◀ رفع وعي الخريجين بالقيم والأخلاقيات المهنية ومبادئ السلوك المهني.
- ◀ توفير بيئة داعمة لتقديم خدمات مميزة في مجال التسويق من حيث التدريب وبناء القدرات والأبحاث التسويقية والاستشارات المتخصصة.
- ◀ تقديم تجربة تركز على الجانب التطبيقي بتشكل يتصف بالكفاءة والفاعلية وتكسب الخريج القدرة على استخدام الأساليب الحديثة في بيئة منظمات الأعمال.
- ◀ تهيئة بيئة بحثية تدعم أعضاء هيئة التدريس والطلاب في قسم التسويق لإنتاج أبحاث عالية الجودة بما يتماشى مع أولويات البحث في الدولة.
- ◀ تطوير واستدامة الشراكات البحثية الإستراتيجية والتعاون والعلاقات مع المؤسسات الشريكة والدولية.
- ◀ تعزيز الشراكة مع المجتمع والصناعة من خلال تبادل الخبرات المشتركة والمساهمات الجديدة وإشراك الطلاب والخريجين وأعضاء هيئة التدريس بتشكل فعال في خدمة المجتمع.
- ◀ تقديم تجربة تعليمية تدعم الابتكار، والتعلم التفاعلي القائم على المشاريع، وتطوير المهارات التحليلية، ودمج أحدث موارد التعليم والتقنية المتطورة.





قسم التسويق «ماجستير»

متطلبات وشروط الالتحاق بالبرنامج

- ▶ أن يكون المتقدم حاصلاً على شهادة البكالوريوس أو ما يعادلها من أي كلية تجارة (إدارة الأعمال) أو أي كلية أخرى معتمدة، وأن لا يقل التقدير العام عن جيد.
- ▶ أن يكون المتقدم حسن السيرة والسلوك.
- ▶ أن يجتاز بنجاح أي اختبار أو مقابلة تنخضية يراها مجلس الجامعة.
- ▶ أن لا يكون الطالب مفصلاً من الجامعة الإسلامية بمنيوتوا أو أي جامعة أخرى لأسباب تأديبية أو أكاديمية.
- ▶ أن يستوفي أي شروط أخرى يحددها مجلس الجامعة، وتعلن وقت التقديم.
- ▶ عدم تقديم أي معلومات خاطئة أثناء عملية التقديم لأن ذلك يؤدي إلى إلغاء القبول.
- ▶ سداد 20% من إجمالي الرسوم المقررة.





قسم التسويق «ماجستير»

التزامات وواجبات القسم

❖ الإسهام في تحقيق أهداف الجامعة.

❖ العناية بعلوم الاقتصاد وإدارة الأعمال وتيسيرها للطلاب.

❖ العناية بعلوم التسويق وتيسيرها للطلاب.

الطبيعة الأكاديمية للتخصص

يهدف البرنامج إلى إعداد الخريجين المتخصصين في التسويق.





قسم التسويق «ماجستير»

مجالات عمل الخريج:

يتم تأهيل خريجي قسم التسويق للعمل في مجالات عديدة، حيث أن هذا التخصص يعد من أكثر التخصصات المطلوبة في سوق العمل. ويعد العمل كمساعد تسويق من أبرز المجالات التي من الممكن أن يعمل فيها خريج تخصص التسويق، ومن خلال هذا العمل يكون الشخص قادراً على مساعدة خبراء التسويق والإداريين للقيام بمهام الدعم، بالإضافة إلى المهام الروتينية. ومن الممكن أن يعمل خريج تخصص التسويق في مجالات الأبحاث التسويقية، حيث يقوم بممارسة الأنشطة التسويقية، وبناء المعلومات التسويقية، كما أنه يقوم بتحليل السوق وسلوك المستهلكين في الشركات ووكالات الإعلان وغيرها من منظمات الأعمال. كما من الممكن أن يعمل خريج تخصص التسويق كأخصائي بيع ويعمل في مجال الإعلانات والعلاقات العامة، والترويج للإعلانات. بالإضافة إلى ذلك فإن خريج التسويق من الممكن أن يعمل في القطاع التدريسي، بالإضافة إلى إمكانية العمل في مجال في وزارة التجارة.

متطلبات البرنامج:

- ❖ الانتظام في الدراسة بحسب الخطة الدراسية للقسم.
- ❖ الحضور: حيث يُحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي في أي مقرر من المقررات الدراسية إذا تجاوزت نسبة غيابه (25%) من مجموع المحاضرات، ويعد راسباً فيه.
- ❖ لا يعد الطالب ناجحاً في المقرر إلا إذا حصل فيه على تقدير (جيد) على الأقل.
- ❖ لا يتخرج الطالب إلا بعد إكمال جميع الساعات الدراسية المقررة، وبمعدل تراكمي لا يقل عن (جيد).





قسم التسويق «ماجستير»

الخطة الدراسية للقسم

تمهيد:

الدراسة في برنامج الماجستير يكون بأحد مسارين:

المسار الأول: مسار المقررات.

المسار الثاني: مسار المقررات والرسالة العلمية.

يلزم الطالب باختيار أحد المسارين بعد نهاية الفصل الدراسي الأول وعند التسجيل في الفصل الدراسي الثاني.

الحد الأقصى والأدنى للتسجيل في المقررات في الفصل الدراسي:

يحق لطالب الماجستير أن يسجل في خمسة مقررات في الفصل الواحد كحد أقصى، بما يعادل (15) ساعة دراسية.

كما يحق له أن يسجل في ثلاثة مقررات كحد أدنى، بما يعادل (9) ساعات.

يتوجب على الطالب الانتهاء من (45) ساعة دراسية، أو ما يعادل 15 مقررًا دراسيًا للتخرج من برنامج الماجستير.

المدة الدراسية للبرنامج:

الفترة الدراسية لبرنامج الماجستير كاملة هي ثلاثة فصول رئيسية (سنة ونصف).





قسم التسويق «ماجستير»

توزيع الساعات الدراسية لبرنامج الماجستير:

عدد الساعات الدراسية في برنامج الماجستير مسار المقررات أو مسار الرسالة (45) ساعة دراسية، وتكون موزعة بالشكل التالي:
أولاً: مسار المقررات

مسار المقررات			
الفصل الأول	الفصل الثاني	الفصل الثالث	بحث تكميلي
15 ساعة بما يعادل (5) مقررات	15 ساعة بما يعادل (5) مقررات	12 ساعة بما يعادل (4) مقررات	3 ساعات ويعادل مقرر واحد
45 ساعة			المجموع

ثانياً: مسار المقررات والرسالة:

مسار المقررات والرسالة		
الفصل الأول	الفصل الثاني	الفصل الثالث (الرسالة)
15 ساعة بما يعادل (5) مقررات	15 ساعة بما يعادل (5) مقررات	15 ساعة
45 ساعة		المجموع





قسم التسويق «ماجستير»

الخطة الدراسية للقسم

متطلبات التخصص

وعدها 15 مادة بواقع 45 ساعة دراسية

متطلبات التخصص

متطلب سابق	الساعات الدراسية (Credits)			نوع المقرر Course type	اسم المقرر Course title		رمز المقرر Course code
	معتد	عملي	نظري		English	عربي	
	3	1	2	إجباري	Marketing: Theory and Practice	التسويق: النظرية والتطبيق	M435-01
	3	1	2	إجباري	Econometrics	الاقتصاد القياسي	M435-02
	3	1	2	إجباري	Customer Experience Management	إدارة تجربة العميل	M435-03
	3	1	2	إجباري	E-Marketing Strategies	استراتيجيات التسويق الإلكتروني	M435-04
	3	1	2	إجباري	Feasibility Studies and Project Evaluation	دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات	M435-05
	3	1	2	إجباري	Administrative Leadership	القيادة الإدارية	M435-06
	3	1	2	إجباري	Retail Management	إدارة التجزئة	M435-07
	3	1	2	إجباري	Product Management	إدارة المنتج	M435-08
	3	1	2	إجباري	Brand Management	إدارة العلامة التجارية	M435-09
	3	1	2	إجباري	E-Services Marketing	تسويق الخدمات الإلكترونية	M435-10
	3	1	2	إجباري	Marketing for Non-Profit Organizations	التسويق للمنظمات غير الربحية	M435-11
	3	1	2	إجباري	E-Marketing Analytics	تحليلات التسويق الإلكتروني	M435-12
	3	1	2	إجباري	Direct Marketing	التسويق المباشر	M435-13
	3	1	2	إجباري	Contemporary Issues in Marketing	قضايا معاصرة في التسويق	M435-14
	3	1	2	إجباري	Supplementary Research	بحث تكميلي	M435-80
	45 ساعة				المجموع		



الجامعة الإسلامية بنيسوتا
Islamic University of Minnesota
المركز الرئيسي IUM

لجنة
المنهاج
والخطط الدراسية

قسم التسويق «ماجستير»



الجامعة الإسلامية بنيسوتا
Islamic University of Minnesota
المركز الرئيسي IUM

الخطة الاسترشادية

الخطة الدراسية للقسم





أولاً: مسار المقررات (ماجستير)

ملاحظات عامة في مسار المقررات

يدرس الطالب في هذا المسار ثلاثة فصول دراسية بمعدل خمس مقررات في كل فصل

لا يقوم الطالب في هذا المسار بكتابة رسالة علمية

يلزم الطالب في هذا المسار بكتابة بحث تكميلي في الفصل الدراسي الثالث

لا تتجاوز صفحات البحث التكميلي 60 صفحة، ولا تقل عن 40 صفحة، ويكون مستوفياً لشروط البحث العلمي.

يدرس الطالب في الفصل الثالث في مسار المقررات أربعة مقررات فقط، ويكون المقرر الخامس هو البحث التكميلي.

لا تقام مناقشة علنية للبحث التكميلي، ويحتسب كمادة بثلاث ساعات دراسية، ودرجته من (100).





قسم التسويق «ماجستير»

الخطة الدراسية للقسم

الفصل الدراسي الأول							
رمز المقرر Course code	اسم المقرر	نوع المقرر	المتطلب	الساعات الدراسية	متطلب سابق	توصيف المقرر	الكتاب المقرر
M435-01	التسويق: النظرية والتطبيق	إجباري	تخصص	3			
M435-02	الاقتصاد القياسي	إجباري	تخصص	3			
M435-03	إدارة تجربة العميل	إجباري	تخصص	3			
M435-04	استراتيجيات التسويق الإلكتروني	إجباري	تخصص	3			
M435-05	دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات	إجباري	تخصص	3			
المجموع						15 ساعة	

الفصل الدراسي الثاني							
رمز المقرر Course code	اسم المقرر	نوع المقرر	المتطلب	الساعات الدراسية	متطلب سابق	توصيف المقرر	الكتاب المقرر
M435-06	القيادة الإدارية	إجباري	تخصص	3			
M435-07	إدارة التجزئة	إجباري	تخصص	3			
M435-08	إدارة المنتج	إجباري	تخصص	3			
M435-09	إدارة العلامة التجارية	إجباري	تخصص	3			
M435-10	تسويق الخدمات الإلكترونية	إجباري	تخصص	3			
المجموع						15 ساعة	





قسم التسويق «ماجستير»

الخطة الدراسية للقسم

الفصل الدراسي الثالث							
رمز المقرر Course code	اسم المقرر	نوع المقرر	المتطلب	الساعات الدراسية	متطلب سابق	توصيف المقرر	الكتاب المقرر
M435-11	التسويق للمنظمات غير الربحية	إجباري	تفحص	3			
M435-12	تحليلات التسويق الإلكتروني	إجباري	تفحص	3			
M435-13	التسويق المباشر	إجباري	تفحص	3			
M435-14	قضايا معاصرة في التسويق	إجباري	تفحص	3			
M435-80	بحث تكميلي	إجباري	تفحص	3			
	المجموع			15 ساعة			





ثانياً: مسار المقررات والرسالة (ماجستير)

ملاحظات عامة في مسار المقررات والرسالة

يدرس الطالب في هذا المسار فصلين دراسيين، بمعدل خمسة مقررات في كل فصل

يلزم الطالب عند اختياره لهذا المسار بكتابة رسالة علمية

يحق للطالب أن يبدأ بتقديم خطة البحث في مسار الرسالة في بداية الفصل الدراسي الثاني

لا تقل صفحات الرسالة لمرحلة الماجستير عن (100) صفحة.

تكون المناقشة علنية ويشترط للنجاح في هذا المسار اجتياز المناقشة

لا تدخل درجة مناقشة الرسالة في المعدل التراكمي، ويكون المعدل التراكمي في السجل الأكاديمي بناء على

المقررات فقط، ويتم كتابة عنوان الرسالة في السجل الأكاديمي للطالب.

يتم تقييم الطالب في الشهادة الرسمية عند التخرج بناء على الدرجة التي حصل عليها في مناقشته للرسالة.





قسم التسويق «ماجستير»

الخطة الدراسية للقسم

الفصل الدراسي الأول

رمز المقرر Course code	اسم المقرر	نوع المقرر	المتطلب	الساعات الدراسية	متطلب سابق	توصيف المقرر	الكتاب المقرر
M435-01	التسويق: النظرية والتطبيق	إجباري	تخصص	3			
M435-02	الاقتصاد القياسي	إجباري	تخصص	3			
M435-03	إدارة تجربة العميل	إجباري	تخصص	3			
M435-04	استراتيجيات التسويق الإلكتروني	إجباري	تخصص	3			
M435-05	دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات	إجباري	تخصص	3			
	المجموع			15 ساعة			





قسم التسويق «ماجستير»

الخطة الدراسية للقسم

الفصل الدراسي الثاني							
رمز المقرر Course code	اسم المقرر	نوع المقرر	المتطلب	الساعات الدراسية	متطلب سابق	توصيف المقرر	الكتاب المقرر
M435-06	القيادة الإدارية	إجباري	تخصص	3			
M435-07	إدارة التجزئة	إجباري	تخصص	3			
M435-08	إدارة المنتج	إجباري	تخصص	3			
M435-09	إدارة العلامة التجارية	إجباري	تخصص	3			
M435-10	تسويق الخدمات الإلكترونية	إجباري	تخصص	3			
	المجموع			15 ساعة			

الرسالة

الفصل الدراسي الثالث						
رمز المقرر Course code	اسم المقرر		الساعات	المتطلب السابق	المتطلب	نوع المقرر
	عربي	إنجليزي				
M435-90	الرسالة	These	15 ساعة	دراسة فصلين دراسيين	تخصص	إجباري
	المجموع		15 ساعة			



لجنة
العنايه
والخطط الدراسية

