

ماجستير التسويق الالكتروني



طبيعة الدراسة
دوام مسائي عطلة نهائية
الاسبوع

لغة الدراسة
اللغة الانجليزية

عدد الساعات
33
ساعة دراسية



البرنامج الأول و الوحيد
في الاردن و الوطن العربي



أهمية البرنامج

برنامج ماجستير التسويق الالكتروني هو برنامج متخصص ضم لتأهيل وتمكين الدراسين والعاملين في مجالات التسويق الالكتروني وتطبيقاته، وتزويدهم بالمعلومات والمعرفة الكاملة حول الممارسات العملية لمفهوم التسويق الالكتروني وفقاً لأحدث ما توصلت إليه الأبحاث والدراسات المعاصرة في عالم التسويق والتكنولوجيا المتكامل والمتغير بشكل مستمر. كما يجهع البرنامج بين الدراسة النظرية والعملية من خلال دراسة المراجع المتخصصة والحالات الدراسية والنظريات التسويقية والامثلة التطبيقية الحية وتنفيذ المشاريع العملية التي تتيح للمشاركين في هذا البرنامج تطبيق ما تم دراسته على ارض الواقع بالاضافة الى تمكين الخريجين من اتخاذ القرارات التسويقية الاستراتيجية السليمة في بيئات العمل المختلفة.

الجهات المستفيدة

حملة درجة البكالوريوس في جميع التخصصات بشكل عام وتخصصات الاعمال بشكل خاص

العاملين في القطاع الحكومي والقطاع الخاص الراغبين بتطوير أنفسهم في مجالات التسويق بشكل عام وتطبيقات التسويق الالكتروني بشكل خاص

أخصائيو تطوير المنتجات وريادة الاعمال

مدراء و مخطوطو الحملات الإعلانية

ماجستير التسويق الرقمي - جامعة مؤتة



الخطة الدراسية لدرجة الماجستير في التسويق الإلكتروني
مسار الشامل
العام الجامعي 2019 / 2020

المتطلب السابق	الساعات المعتمدة			اسم المادة	رمز ورقم المادة
	معمد	عملي	نظري		
متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التسويق الإلكتروني (33) ساعة معتمدة موزعة على النحو التالي:					
المواد الإجبارية : بواقع 24 ساعة معتمدة					
---	3		3	بحوث التسويق	2109710
---	3		3	ادارة التسويق المتقدمة	2109711
2109711	3		3	تسويق الخدمات	2109712
2109711	3		3	التسويق الإلكتروني	2109701
2109711	3		3	التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	2109713
2109711	3		3	استراتيجيات التسويق الإلكتروني	2109720
2109711	3		3	سلوك المستهلك عبر الانترنت	2109714
2109711	3		3	الاتصالات التسويقية الإلكترونية المتكاملة	2109722
(2) - المواد الاختيارية : بواقع (9) ساعات معتمدة يختارها الطالب من المواد التالية:					
2109711	3		3	التسويق الدولي	2109702
2109711	3		3	التسويق من خلال محركات البحث	2109721
2109711	3		3	ادارة العلامة التجارية الاستراتيجية	2109715
2109711	3		3	إدارة علاقات الزبائن	2109716
2109711	3		3	قضايا معاصرة في التسويق الإلكتروني	2109730
النجاح في الامتحان الشامل وفق التعليمات النافذة ويحسب له صفر ساعة لأغراض التسجيل					



M.Sc. in E-Marketing
Comprehensive Exam Track
The study plan 2019/2020

Course No.	Course Title	Credits			Prerequisite
		Th.	Pr.	Total	
The Study Plan: Studying (33) Credit hours as follows:					
A – Core Courses: (24) Credit Hours					
2109710	Marketing Research	3	-	3	---
2109711	Advanced Marketing Management	3	-	3	---
2109712	Services Marketing	3	-	3	2109711
2109701	E-Marketing	3	-	3	2109711
2109713	Social Media Marketing	3	-	3	2109711
2109720	E-Marketing Strategies	3	-	3	2109711
2109714	Online Consumer Behavior	3	-	3	2109711
2109722	Integrated E-Marketing Communications	3	-	3	2109711
B- Elective Courses (9) Credit Hours					
2109702	International Marketing	3		3	2109711
2109721	Search Engine Marketing (SEM)	3		3	2109711
2109715	Strategic Brand Management	3		3	2109711
2109716	Customer Relationship Management (CRM)	3		3	2109711
2109730	Contemporary Issues in E- Marketing	3		3	2109711
Passing comprehensive exam according to university regulations					

ماجستير التسويق الرقمي - جامعة مؤتة



الخطة الدراسية لدرجة الماجستير في التسويق الالكتروني
مسار الرسالة
العام الجامعي 2020 / 2019

المتطلب السابق	الساعات المعتمدة			اسم المادة	رمز ورقم المادة
	معمد	عملي	نظري		
متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التسويق الالكتروني (33) ساعة معتمدة موزعة على النحو التالي:					
المواد الإجبارية : بواقع 18 ساعة معتمدة					
---	3		3	بحوث التسويق	2109710
---	3		3	ادارة التسويق المتقدمة	2109711
2109711	3		3	التسويق الالكتروني	2109701
2109711	3		3	التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	2109713
2109711	3		3	استراتيجيات التسويق الالكتروني	2109720
2109711	3		3	الاتصالات التسويقية الالكترونية المتكاملة	2109722
(2) - المواد الاختيارية : بواقع (6) ساعات معتمدة يختارها الطالب من المواد التالية:					
2109711	3		3	تسويق الخدمات	2109712
2109711	3		3	سلوك المستهلك عبر الانترنت	2109714
2109711	3		3	التسويق الدولي	2109702
2109711	3		3	التسويق من خلال محركات البحث	2109721
2109711	3		3	ادارة العلامة التجارية الاستراتيجية	2109715
2109711	3		3	إدارة علاقات الزبائن	2109716
2109711	3		3	قضايا معاصرة في التسويق الالكتروني	2109730
1. الرسالة الجامعية لدرجة الماجستير في التسويق الالكتروني بواقع 9 ساعات معتمدة					
---	9		9	مقرر الرسالة	2109799



M.Sc. in E-Marketing
Research Project Track
The study plan 2019/2020

Course No.	Course Title	Credits			Prerequisite
		Th.	Pr.	Total	
The Study Plan: Studying (33) Credit hours as follows:					
A - Core Courses: (18) Credit Hours					
2109710	Marketing Research	3	-	3	---
2109711	Advanced Marketing Management	3	-	3	---
2109701	E-Marketing	3	-	3	2109711
2109713	Social Media Marketing	3	-	3	2109711
2109720	E-Marketing Strategies	3	-	3	2109711
2109722	Integrated E-Marketing Communications	3	-	3	2109711
B- Elective Courses (6) Credit Hours					
2109712	Services Marketing	3	-	3	2109711
2109714	Online Consumer Behavior	3	-	3	2109711
2109702	International Marketing	3	-	3	2109711
2109721	Search Engine Marketing (SEM)	3	-	3	2109711
2109715	Strategic Brand Management	3	-	3	2109711
2109716	Customer Relationship Management (CRM)	3	-	3	2109711
2109730	Contemporary Issues in E-Marketing	3	-	3	2109711
C- Research Project in E-Marketing (9) Credit Hours					
2109799	M.Sc. Thesis	9		9	---

