



جامعة البلقاء التطبيقية

مصفوفة مخرجات التعلم Learning Outcomes

| | |
|----------------|---|
| الورقة | الورقة الثالثة/ المهارات الفنية المتخصصة |
| المؤهل | الأعمال |
| المسار/ التخصص | التسويق الالكتروني/ الخطة المعدلة 2023/2022 |
| رمز الورقة | 021014/3 |

| مخرجات التعلم | | |
|---------------|---|---|
| الرقم | مخرج التعلم | المهارات الفنية |
| 1. | تطبيق المفاهيم الأساسية الاقتصادية والإدارية والإحصائية. | <ul style="list-style-type: none">- تحديد وتعريف الوظائف الإدارية.- توضيح مفهوم العرض والطلب والتوازن.- التمييز بين التكاليف والإيرادات.- معرفة أساليب وطرق جمع البيانات وتبويبها.- حساب مقاييس النزعة المركزية والتشتت. |
| 2. | تطبيق المفاهيم والمهارات الأساسية الأساسية للتسويق الالكتروني | <ul style="list-style-type: none">-تعريف التسويق ومعرفة فوائده.- تعداد وظائف التسويق.- تعريف البيئة التسويقية.- معرفة العوامل الداخلية والخارجية المكونة للبيئة التسويقية.- تعريف السوق المستهدف والعملاء المستهدفين.- تحديد أسس تجزئة سوق المستهلك والأسواق الصناعية.- تحديد المعايير الخاصة بالتجزئة الفاعلة للسوق.- تعداد وتوضيح مراحل عملية تجزئة السوق.- تعداد وتوضيح فوائد وأهمية تجزئة السوق لمديري التسويق.- معرفة مفهوم سلوك المستهلك.- - تعداد وتوضيح العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ قرار المستهلك الشرائي.- معرفة مراحل عملية اتخاذ القرار للمستهلك الشرائي.- تعريف المنتج.- تعريف عناصر المنتج من حيث الخصائص، العلامة التجارية، التغليف، الملصق التعريفي، العناصر الداعمة للمنتج ، وصف دورة حياة المنتج.- معرفة انواع المنتجات الجديدة- المصادر المختلفة للمنتجات الجديدة- تعداد وتوضيح مراحل عملية تطوير المنتجات الجديدة |

| مخرجات التعلم | | |
|---|---|-------|
| المهارات الفنية | مخرج التعلم | الرقم |
| <ul style="list-style-type: none"> - تعريف السعر ومعرفة أهمية السعر للتسويقين - تعداد وتوضيح خطوات عملية التسعير - تعداد وتوضيح طرق التسعير - تحديد معنى التوزيع وقنوات التوزيع - توضيح وظائف قنوات التوزيع - العوامل المؤثرة في اختيار قنوات التوزيع - أنواع تجار الجملة وتجار التجزئة - توضيح مفهوم الترويج ودور الترويج - توضيح الاتصال ومكوناته - تعداد وتوضيح المزيج الترويجي - تعريف التسويق الإلكتروني - توضيح مزايا وسلبيات التسويق الإلكتروني - متطلبات التسويق الإلكتروني - إدراك دور الوسائط الرقمية والتكنولوجيا في التسويق. - تحديد ومعرفة قنوات الوسائط الرقمية في الاتصالات التسويقية. - التخطيط لحملة الإعلام الرقمي. - اجراء مراجعة طرق تقييم وتحسين فعالية الاتصالات الرقمية في تقديم فوائد الأعمال والتسويق. - معرفة ما يعنيه التواصل كمحترف في سياق الأعمال. - تحديد المبادئ التوجيهية للتواصل التعاوني كمحترف. - تحديد اسس التصوير الفوتوغرافي الرقمي وأهدافه، وعناصره الاساسية ،وانواعه ومميزاته. - معرفة أجزاء الكاميرا وملحقاتها والتعرف على أنواع الاضاء. - تحديد الفرق بين الكاميرا التقليدية القديمة وبين الكاميرا الرقمية. - مناقشة كيفية تطبيق مفاهيم واستراتيجيات التسويق المعاصرة للتأثير على عملية اتخاذ القرار لدى المستهلك. - تحديد التأثيرات الرئيسية للشخصية والدافعية على سلوك المستهلك وأهميتها العملية على سلوك المستهلك. - التعرف على عملية إدراك المستهلك وتأثيرها على استراتيجيات التسويق. - التمييز بين الأنواع المختلفة للمجموعات المرجعية وتأثيرها على معرفة المستهلك وسلوكه الشرائي. - دمج نظريات التعلم في علم النفس مع عمليات التسويق واستجابة المستهلك. - تقييم دور المعايير والقيم الثقافية في سلوك المستهلك. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - تمييز مصفوفة استراتيجيات التسويق الرقمي. - توضيح تجربة العميل ونقاط الاتصال مع العملاء. - توضيح رحلة شراء العملاء وطرق تحسين رحلة العميل. | استراتيجيات التسويق الإلكتروني وأساليبه | 3. |

| مخرجات التعلم | | |
|--|-------------|-------|
| المهارات الفنية | مخرج التعلم | الرقم |
| <ul style="list-style-type: none"> - معرفة طرق جذب العميل المحتمل ورعايته. - تحديد خطوات إنشاء حملة التسويق الرقمي وقياس النتائج. - تعريف التسويق عبر الهاتف المحمول وتحديد فوائده. - تحديد مزايا التسويق الالكتروني عبر الهواتف الذكية. - التفريق بين استراتيجيات السحب واستراتيجيات الدفع عبر تسويق الهاتف المحمول والايمل. - معرفة خصائص مؤشرات الأداء الرئيسية الأفضل في التسويق عبر الهاتف المحمول والايمل. - تحديد اللوائح الخاصة بالتسويق عبر الهاتف المحمول والايمل. - معرفة مبادئ تصميم مواقع التسويق عبر الهاتف. - تحديد عوامل قوة التسويق عبر الرسائل القصيرة. - تعداد فوائد تطبيقات التسويق عبر الهاتف المحمول. - معرفة مفهوم التجارة الالكترونية من خلال الهاتف المحمول. - تعداد أسماء المنصات الأكثر شهرة للتسويق عبر الايمل. - تعريف وتوضيح مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي وخصائصها. - توضيح خطوات تطوير استراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي - توضيح المقصود بتسويق المحتوى وتحديد أنواعه - طرق زيادة الوعي بالعلامة التجارية وجذب الزبون لشراء المنتجات عبر التسويق بالمحتوى. - معرفة طرق اختيار الكلمات الرئيسية المناسبة بناءً على زاوية العمل وما يبحث عنه العملاء في محرك البحث. - تحديد الأنواع المختلفة لمطابقات الكلمات الرئيسية. - تحديد أهمية كل نوع من أنواع مطابقة الكلمات الرئيسية باستخدام منصة Keyword planner - اختيار الكلمات المناسبة للدعاية الاعلانية وتخزينها ضمن خطة. - تطبيق حجم البحث على الكلمات المفتاحية لمعرفة واختيار المناسب منها بالنسبة للإعلان. | | |