جامعة البلقاء التطبيقية

وحدة التقييم والامتحانات العامة

مصفوفة الكفايات والمهارات العملية لمخرجات التعلمLearning Outcomes

الورقة	الثالثة (المهارات الفنية المتخصصة)
البرنامج/ المسار	العلوم المالية والإدارية
التخصص	المبيعات والتسويق (٠٢١٠٠٧)

مخرجات التعلم		
الرقم	**مخرج التعلم**	**المهارات الفنية (كل ما يلزم للقيام بالمهمة)**
١.	القيام بالانشطة التسويقية التقليدية والالكترونية	١. القدرة على فهم دور التسويق وعلاقة انشطة التسويق بكافة انشطة المؤسسة. ٢. القدرة على استخدام عناصر المزيج التسويقي (7Ps) في الانشطة التسويقية المختلفة لتحقيق أهداف المؤسسة بشكل عام. ٣. القدرة على التفريق بين استخدام عناصر المزيج التسويقي للمؤسسات التي تقدم الخدمات (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع، العمليات، الناس، الدليل المادي) والمؤسسات التي تقدم السلع (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع)، وعناصر المزيج التسويقي الالكتروني(التسويق عبر الانترنت). ٤. عمل وتطوير خطة تسويقية ٥. استخدام شبكة الانترنت في انشطة التسويق مثل انشاء البريدالالكتروني، عمل مواقع للأعمال وربطها بمحركات البحث على الشبكة.
٢.	القيام بعمل أبحاث السوق	١. القدرة على استخراج بيانات البحوث الثانوية مثل المسوحات والتقارير المنشورة، مجتمعات البحث عبر الإنترنت؛ الاتجاهات؛ المدونات؛ المعلومات الحكومية مثل احصائيات التعداد ٢. معرفة أنواع البحوث ٣. التمييز بين انواع المعلومات ٤. طرق أبحاث السوق الأولية

جامعة البلقاء التطبيقية
وحدة التقييم والإمتحانات العامة
إمتحان الشهادة الجامعية المتوسطة

جامعة البلقاء التطبيقية

وحدة التقييم والامتحانات العامة

مصفوفة الكفايات والمهارات العملية لمخرجات التعلمLearning Outcomes

٣.	الاشراف على طلبية منتجات عبر شبكة الانترنت	١. اختيار المورد ٢. اختيار المنتج، والتحقق من توافر المخزون، عمل الطلبية، استخدام الطرق والوسائل المناسبة لعملية الدفع عبر الانترنت مثل (استخدام بطاقات الفيزا، الشيكات الالكترونية،...) ٣. إدخال البيانات، ونقل البيانات، معالجةالطلب عبر الانترنت ٤. التأكيد والتسليم للمشتريات ٥. المعلومات الالكترونية وعملية تتبع النظام، عملية توصيل المنتجات، ٦. التأكد من أمن الموقع للحفاظ على سلامة البيانات المدخلة على الانظمة التكنولوجية مثل (قاعدة بيانات العميل المدخلة على الخادم).
٤.	استخدام حملة الدفع عن كل نقرة عبر الانترنت	١. القدرة على انشاء حملة الدفع لكل نقرة عبر الانترنت من خلال التخطيط المسبق لهذه العملية. ٢. عمل تحليل الاعمال عبر الانترنت في حالة المتصل (online) وغير المتصل (offline). ٣. تحليل العوامل الديموغرافية للعملاء. ٤. منافسة القطاع الصناعي. ٥. تعريف و تحديد الاهداف: العلامة التجارية للحملة الاعلانية، تحديد الميزانية للحملة الاعلانية. ٦. تحديد التكلفة لكل أجراء (cost per action– CPA)، والفئة المستهدفة. ٧. الكلمة المفتاحية والدالة لعمليات البحث، حقوق الملكية للعلامة التجارية للحملة والحفاظ عليها من السرقة والتقليد، الاشتراك بالمزايدات، وقياس وتحليل وعمل الاختبارات الامثل لهذه الحملة.