

السنة الأولى

الفصل الدراسي الأول						الفصل الدراسي الثاني					
رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة	رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة
111	MGT	3	0	3	مبادئ الإدارة	121	ACCT	3	0	3	مبادئ المحاسبة I
250	SOC	3	0	3	الشباب والمواطنة	122	MIS	3	0	3	مبادئ نظم المعلومات الإدارية
113	ENGL	3	0	3	لغة إنجليزية (1)	101	LAW	3	0	3	مبادئ القانون
142	CSE	1	2	2	مقدمة في الحاسب الآلي وتطبيقاته	124	ENGL	3	0	3	لغة إنجليزية (2)
101	ARB	2	0	2	النحو الوظيفي	112	MKT	3	0	3	مبادئ تسويق
114	MATH	3	0	3	رياضيات	183	SLM	2	0	2	الايمن وأثاره
		15	2	16	الإجمالي			17	0	17	الإجمالي

السنة الثانية

الفصل الدراسي الأول						الفصل الدراسي الثاني					
رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة	رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة
211	ACCT	3	0	3	مقدمة في المحاسبة الإدارية	221	MKT	3	0	3	التسويق الإلكتروني
212	MKT	3	0	3	مهارات التسويق وإدارة المبيعات	222	ECON	3	0	3	مبادئ الاقتصاد الكلي
213	ECON	3	0	3	مبادئ الاقتصاد الجزئي	223	MGT	3	0	3	اتصال تجاري
214	LAW	3	0	3	القانون التجاري	224	MGT	3	0	3	إدارة العمليات
215	STAT	3	0	3	الإحصاء في الأعمال (1)	225	STAT	3	0	3	الإحصاء في الأعمال (2)
XXX	MKT	3	0	3	مقرر اختياري I (تخصص)	201	ARB	2	0	2	الكتابة الموضوعية
		18	0	18	الإجمالي			17	0	17	الإجمالي

السنة الثالثة

الفصل الدراسي الأول						الفصل الدراسي الثاني					
رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة	رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة
311	ECON	3	0	3	اقتصاد المملكة العربية السعودية	321	MGT	3	0	3	السلوك التنظيمي
312	FIN	3	0	3	إدارة مالية	322	MKT	3	0	3	قنوات التسويق
313	MKT	3	0	3	إدارة المنتج والعلامات التجارية	323	MKT	3	0	3	سلوك المستهلك
314	MKT	3	0	3	بحوث التسويق	324	MGT	3	0	3	الاساليب الكمية في الإدارة
302	ARB	2	0	2	مهارات الاتصال اللغوي	XXX	MKT	3	0	3	مقرر اختياري 2 (تخصص)
284	SLM	2	0	2	اخلاقيات المهنة	XXX	XXX	3	0	3	مقرر اختياري (حر) 1
		16		16	الإجمالي			18	0	18	الإجمالي

السنة الرابعة

الفصل الدراسي الأول					
رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة
411	MKT	3	0	3	الاتصالات التسويقية المتكاملة
412	MGT	3	0	3	ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة
413	MKT	3	0	3	التسويق الدولي
414	MKT	3	0	3	التسويق الاستراتيجي
388	SLM	2	0	2	حقوق الإنسان في الإسلام
XXX	XXX	3	0	3	مقرر اختياري (حر) 2
		17	0	17	الإجمالي

السنة الرابعة - الفصل الدراسي الثاني (الخيار الأول)

رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة
490	MKT	0	0	6	أن يكون الطالب قد اجتاز مالا يقل عن 110 ساعة من مقررات البرنامج.
	الإجمالي	0	0	6	

السنة الرابعة - الفصل الدراسي الثاني (الخيار الثاني)

رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م	المتطلبات السابقة
460	RM	3	0	3	أن يكون الطالب قد اجتاز مالا يقل عن 100 ساعة من مقررات البرنامج
480	MKT	3	0	3	اجتياز مقرر طرق البحث العلمي RM 460 أو أن يكون مسجل مقرر طرق البحث العلمي في نفس المستوى مع مشروع التخرج بشكل متزامن
	الإجمالي	6	0	6	

متطلبات برنامج بكالوريوس العلوم في إدارة الأعمال الاختيارية (6) ساعات يختار الطالب من الجدول التالي:

المتطلب السابق	رمز المقرر	اسم المقرر	ن	ع	م
MKT 112	MKT 210	إعلان وترويج	3	0	3
ENGL124	MKT 340	مراسلات تجارية باللغة الإنجليزية	3	0	3
MKT 112	MKT 220	موضوعات معاصرة في التسويق	3	0	3
إجمالي			9	0	9

توصيف المقررات

المقرر		التوصيف
142	CSE	يعطي المنهج مقدمة عن نظام التشغيل للحاسوب وأدوات إدخال المعلومات وإخراجها والمعلومات الأساسية في تطبيقات وبرامج الحاسوب عن طريق تطبيقات في مختبر الحاسوب تتعلق بالإنترنت وبرامج الطباعة والجدول الحسابية والعروض التقديمية: Microsoft Word, Excel and PowerPoint متطلب سابق: لا يوجد
250	SOC	يهدف المقرر الى تعزيز مفهوم المواطنة لدى الشباب السعودي، و توعيته بالحقوق والواجبات، واهم التغيرات التي مرت به، وتعرف الطالب على مفهوم المواطنة وابعاده ومتطلباته وقيمه، والمكتسبات الحضارية والاجتماعية المؤثرة على الافراد، واهمية التواصل بين الاجيال، وثقافة الحوار، والمسؤولية الاجتماعية للشباب، والهوية، واهم مشكلات الشباب في ضوء قيم المواطنة، والتحديات التي تواجه المواطنة. متطلب سابق: لا يوجد
114	MATH	يتطرق المقرر إلى إبراز وتقديم مفاهيم أساسية في المصفوفات، نظم وحل المعادلات الخطية، الاشتقاق وتطبيقات في الاقتصاد والتجارة، التكامل وتطبيقات في الاقتصاد والتجارة. متطلب سابق: لا يوجد
215	STAT	يتناول المقرر المفاهيم الأساسية في علم الإحصاء وهي تعريف علم الإحصاء والمصطلحات الإحصائية وأهميته وأنواعه، ثم أنواع البيانات ومصادر جمع البيانات، وطرق تنظيم وتلخيص وتحديد البيانات وعرضها بجدول احصائية ورسومات بيانية، ومقاييس النزعة المركزية والتشتت، والارتباط والانحدار الخطي البسيط والسلاسل الزمنية والأرقام القياسية. متطلب سابق: MATH114
225	STAT	يتناول هذا المقرر الاحصاء الوصفي و يناقش المجموعات وطرق العد، مبادئ الاحتمالات، المتغيرات العشوائية والتوزيعات الاحتمالية والمعاينة وتوزيعاتها، تقدير معالم المجتمع الإحصائي. اختبارات الفروض واختبارات مربع كاي، وتحليل التباين والانحدار المتعدد واستخدام بعض البرامج الإحصائية في التطبيقات. متطلب سابق: STAT 215
113	ENGL	يهدف هذا المقرر إلى دراسة القواعد الأساسية للغة الإنجليزية وبعض المحادثات و فنيات الكتابة باللغة الإنجليزية فضلاً عن دراسة موضوعات القراءة التي يكتسب من خلالها الطلاب مفردات جديدة تسهم في النمو اللغوي لديهم. فمقرر اللغة الإنجليزية العامة يهدف بشكل عام إلى تعزيز مهارات الطلاب في اللغة الإنجليزية. متطلب سابق: لا يوجد
124	ENGL	يهدف هذا المقرر إلى الاستمرار بشكل اعمق في تعزيز مهارات اللغة الإنجليزية لدى الطلاب من خلال دراسة القواعد الأساسية للغة وبعض المحادثات و فنيات الكتابة باللغة الإنجليزية فضلاً عن دراسة موضوعات القراءة التي يكتسب من خلالها الطلاب مفردات جديدة تسهم في النمو اللغوي لديهم. فمقرر اللغة الإنجليزية العامة يهدف بشكل عام إلى تمكين الطلاب من إتقان جميع مهارات اللغة الإنجليزية. متطلب سابق: ENGL113
213	ECON	يركز هذا المقرر على أساسيات الاقتصاد الجزئي. ويوضح طريقة إدارة موارد المجتمع وترشيد النفقات. تشمل موضوعات المقرر سلوك المستهلك، حاجات السوق والمستهلك، العرض والطلب، التكلفة، الإنتاج وتسعير المنتجات في المنافسة العادلة وغير العادلة، الاحتكار، المنافسة الاحتكارية، احتكار القلة، التنظيم والسياسة الاقتصادية، الكفاءة الاقتصادية والإنتاجية، التكاليف والفوائد

			الاجتماعية، والممتلكات العامة والعوامل الخارجية. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: لا يوجد
222	ECON	مبادئ الاقتصاد الكلي (3،0،3)	يناقش هذا المقرر المبادئ الأساسية للاقتصاد الكلي مع التركيز على قضايا وبيانات سياسات الاقتصاد الكلي الحالية. يبدأ المقرر بمقدمة للمفاهيم الأساسية للاقتصاد الكلي، ومن ثم يناقش قضايا الاقتصاد الكلي الرئيسية مثل حسابات الدخل القومي، ودورات الأعمال، والبطالة والتضخم، والمال والأعمال المصرفية، والسياسات المالية والنقدية، والديون والسياسات الحكومية، والنمو الاقتصادي والتنمية، والتجارة الدولية. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: ECON213
311	ECON	اقتصاد المملكة العربية السعودية (3،0،3)	يقدم المقرر تحليلاً شاملاً للهيكل والسياسات والأداء الاقتصادي للاقتصاد السعودي والتحديات السابقة والحالية. تشمل موضوعات المقرر محاسبية الدخل القومي، الطلب الكلي والأجزاء المكونة له. يحلل المنهج سوق العمل ومسألة السعودية بالإضافة إلى القطاعات الرئيسية في الاقتصاد مثل النفط والزراعة والتصنيع والخدمات، مع الإشارة بشكل خاص إلى رأس المال المتطور والأسواق المالية. وتشمل الموضوعات الأخرى التجارة الدولية والتمويل العام والسياسات المالية والنقدية ودور التخطيط الاقتصادي في التنمية السعودية وقطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة والخصخصة. كما يتم تغطية تأثير العولمة والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية والاستثمار الأجنبي المباشر والتكامل الاقتصادي الإقليمي لدول مجلس التعاون الخليجي. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: ECON222
112	MKT	مبادئ التسويق (3،0،3)	يتناول هذا المقرر مقدمة في المفاهيم والمبادئ الأساسية للتسويق. ويركز على تزويد الطلاب بإطار مفاهيمي لفهم دور التسويق في المجتمع والمؤسسة. وتشمل الموضوعات: تطور مفهوم التسويق والمفاهيم الحديثة له مثل التسويق الأخضر (البيئي)، التسويق الأزرق (الابتكاري)، التسويق الاجتماعي، وتجزئة السوق، والتسويق المستهدف، وتقدير الطلب، وإدارة المنتجات، وقنوات التوزيع، والترويج، والتسعير. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالتسويق. متطلب سابق: لا يوجد
210	MKT	إعلان وترويج (3،0،3)	يتناول هذا المقرر فوائد وأهداف الترويج، عناصر المزيج الترويجي، أهمية وأنواع الإعلانات التجارية، الإعلان الفعال من خلال استعمال النموذج الإدراكي والدائرة الذهنية لقياس فعالية الإعلان، الفرق بين الإعلان والدعاية، البيع الشخصي، العلاقات العامة والدعاية وطرق الترويج للمبيعات. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بعمليات الاعلان والترويج. متطلب سابق: MKT112
212	MKT	مهارات التسويق وإدارة المبيعات (3،0،3)	يهتم هذا المقرر بتعليم مهارات البيع الشخصي وإدارة المبيعات. ويتناول مهارات وفنون وطرق البيع الشخصي. ويناقش مجال ووظائف إدارة المبيعات بالمنشأة المتمثلة في تخطيط الأنشطة البيعية وتنظيم إدارة المبيعات، وتحديد مناطق البيع، والرقابة على الأنشطة البيعية، والإنشاء والتنظيم والإدارة والتحفيز والإشراف على القوة البيعية بالمنشأة وتقييم أدائها. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112
221	MKT	التسويق الإلكتروني (3،0،3)	يتناول هذا المقرر دراسة أثر التطور التكنولوجي في أنظمة تقنية المعلومات على الاستراتيجيات التسويقية في العصر الحديث. يتعلم الطالب من خلال هذا المقرر أساسيات طرق استخدام الإنترنت ونظم المعلومات في الأنشطة التسويقية، ويتعرف على الصفحات والمواقع ذات المصادقية والثقة العالمية في التسوق إلكترونياً. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112
220	MKT	موضوعات معاصرة في التسويق (3،0،3)	يتضمن هذا المقرر الموضوعات التسويقية المعاصرة التي يهتم بها مدراء التسويق والعاملين في مجال التسويق، كتسويق الخدمات، ويركز المقرر على عمليات لتقييم التطورات المعاصرة في الفكر التسويقي بمنشآت الأعمال. ويتضمن المقرر التعرف على كيفية استخدام عناصر المزيج التسويقي في القضايا التسويقية المعاصرة ويتضمن أيضاً موضوع أدوات التحليل الاستراتيجي من مصفوفات لتشخيص البيئة التسويقية. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112
313	MKT	إدارة المنتج والعلامات التجارية (3،0،3)	يتناول هذا المقرر دراسة المفاهيم والأدوات والأطر المستخدمة في إدارة العنصر المنتج في استراتيجية التسويق. وتشمل موضوعات المقرر صياغة استراتيجية وسياسة المنتج، وإدارة العلامات التجارية، والتعبئة والتغليف ووضع العلامات، ومحفظة المنتجات وإدارة دورة الحياة للمنتج، وتطوير المنتج جديد، بالإضافة لموضوع إدارة الابتكار في المنتجات. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر.

314	MKT	بحوث التسويق (3,0,3)	متطلب سابق: MKT112 يتناول هذا المقرر المفاهيم والمراحل الأساسية لبحوث التسويق ودورها في بيئة الأعمال الحديثة ويشتمل على مقدمة حول المفاهيم والمبادئ والتقنيات المستخدمة في جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها لعملية اتخاذ القرارات التسويقية. وكذلك تتناول موضوعات المقرر دور المعلومات في القرارات التسويقية وصياغة مشكلة البحث وطرق تصميم البحث وقياس وتصميم أدوات البحث وتصميم أخذ العينات وطرق جمع البيانات وتحليل البيانات وعرض نتائج البحث. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112, STAT215
322	MKT	قنوات التسويق (3,0,3)	يتناول هذا المقرر القضايا والاستراتيجيات المتعلقة بتوزيع المنتجات أو الخدمات من قسم الإنتاج حتى تصل للمستهلك النهائي أو المستخدمين النهائيين، ويركز على الدور الذي تلعبه هذه الاستراتيجيات في خطة التسويق الشاملة. وتشمل المواضيع استراتيجيات التوزيع المادي، والتخزين وإدارة المخزون، وتصميم قناة التوزيع، أنواع منشآت التوزيع، والاختيار المفاضلة بين منشآت التوزيع، إدارة الصراع وبناء التكامل في القناة التوزيعية، ومراقبة القنوات. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112
323	MKT	سلوك المستهلك (3,0,3)	يقدم هذا المقرر مفاهيم أساسية حول الحاجات والرغبات والدوافع الفردية للمستهلك، ومن ثم الأثر لفهم سلوك المستهلكين فيما يتعلق بالتقييم والاختيار والشرء والاستهلاك والتخلص من المنتجات. وتشمل الموضوعات فحص دوافع المستهلكين في اختيار المنتج، وتصورات المستهلك، والتعلم، والمواقف، ومعالجة المعلومات، وصنع القرار. ويتناول المقرر تأثير الثقافة والطبقة الاجتماعية والأسرة والمجموعات المرجعية على سلوك المستهلكين. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112
340	MKT	مراسلات تجارية باللغة الإنجليزية (3,0,3)	يمكن هذا المقرر الطالب على معرفة جميع أنواع الرسائل التي يحتاجها في الوظائف التي يشغلها والأقسام الرئيسية لكل نوع من الرسائل وآلية كتابتها وأهم الأفكار التي يجب ان تتضمنها الرسائل التي تستخدم في منظمات الأعمال والتي من أهمها رسائل البيع والتسويق والتوظيف، سواء كانت ورقية أو رسائل الكترونية. كذلك تعريف الطالب استخدام طرق الاتصال الحديثة كالبريد الإلكتروني وغيره من التطبيقات الحديثة. ويقدم هذا المقرر تصور عن السيرة الذاتية والاعداد للمقابلات الوظيفية، كذلك يتناول طريق اعداد وكتابة تقارير العمل الدورية وغيرها من التقارير ذات العلاقة. متطلب سابق: ENGL124
312	FIN	إدارة مالية (3,0,3)	يتناول هذا المقرر نظرية وممارسة الإدارة المالية ودور المدير المالي. المفاهيم الأساسية للتمويل، بما في ذلك القيمة الزمنية للنقود والإطار المفاهيمي للمخاطر والعائد في الأسواق المالية. نظرة عامة على الأسواق والمؤسسات المالية، والبيانات المالية، وتحليل النسب، وتحليل التدفق النقدي، وتقنيات الموازنة الرأس مالية، والتقييم الأمني، والرافعة المالية، وهيكلة رأس المال، وتكلفة رأس المال، وسياسة تمويل الشركات، وسياسة توزيع الأرباح، وتقنيات التخطيط والتحليل المالي وإدارة رأس المال العامل. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: ACCT121
321	MGT	السلوك التنظيمي (3,0,3)	يتناول المقرر سلوك الأفراد والمجموعات في المنظمات والعمليات التنظيمية ذات الصلة والتأثيرات والعواقب. التركيز على الأداء الفردي والجماعي والتنظيمي. وتشمل الموضوعات نظرة عامة على مجال السلوك التنظيمي، الهيكل التنظيمي والتصميم، والثقافة التنظيمية، والتعلم، والشخصية، والمواقف والتصورات، ونظريات التحفيز وتطبيقها، والإجهااد وإدارة الإجهااد، والفرق وديناميكيات المجموعة، والاتصالات، وصنع القرار، والصراع، إدارة الصراع والقيادة والنقود والسلطة والسياسات التنظيمية والتغيير التنظيمي والتنمية والسلوك التنظيمي في السياق العالمي. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MGT111
411	MKT	الاتصالات التسويقية المتكاملة (3,0,3)	يركز هذا المقرر على جانب الترويج للمزيج التسويقي. يناقش عناصر المزيج الترويجي (الإعلان، البيع الشخصي، ترويج المبيعات، التسويق المباشر، العلاقات العامة) واستخدامها في إنشاء اتصالات متزامنة متعددة القنوات تعتمد على العملاء. وتشمل المواضيع نظرية الاتصالات، وتحديد أهداف الاتصالات، وتخطيط الرسائل وتقييمها، واختيار وسائل الاتصال، تقديم عناصر النموذج الاتصالي (المرسل، المستقبل، الرسالة، وسيلة الاتصال، المعلومات المرتدة، الضوضاء). وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112

413	MKT	التسويق الدولي (3,0,3)	يتناول هذا المقرر تطبيق مبادئ التسويق والاستراتيجيات للأسواق الدولية. ويركز على الحاجة إلى تعديل وتكييف التفكير والممارسة التسويقية في الأسواق الأجنبية لاستيعاب الاختلافات البيئية الوطنية أو الإقليمية. وتشمل الموضوعات تحليل بيئة السوق الدولية، وتقييم فرص السوق العالمية، وأساليب الدخول إلى الأسواق الأجنبية، وتطوير استراتيجيات المنتجات والتسويق والترويج والتوزيع للأسواق الدولية. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالتسويق الدولي. متطلب سابق: MKT112
414	MKT	التسويق الإستراتيجي (3,0,3)	يتناول هذا المقرر التكامل التحليلي للمفاهيم والأدوات والأطر لتحليل وتخطيط وتنفيذ ومراقبة استراتيجيات وسياسات التسويق. يعتمد التوجه لحل المشكلات والشكل الشامل والمتكامل لقضايا المنتج، والتسويق، والترويج، والتوزيع. وتشمل الموضوعات استراتيجيات لبناء رضا العملاء، والتخطيط الاستراتيجي الموجه نحو السوق، والأطر اللازمة لتحليل وإدارة محافظ المنتجات، وتقدير الطلب والتنبؤ به، وتحليل الأعمال والأسواق الاستهلاكية، وتطوير المنتجات الجديدة، واستراتيجيات التسعير والترويج والتوزيع. ويدرس المقرر أيضا مواضيع كالبقعة الاستراتيجية والاستخبارات التسويقية كأدوات معتمدة في التسويق الاستراتيجي. وكذلك المصطلحات باللغة الإنجليزية الخاصة بالمقرر. متطلب سابق: MKT112
490	MKT	التدريب التعاوني (6,0,0)	تدريب ميداني لمدة فصل دراسي كامل بعد انتهاء الطالب ما لا يقل عن 110 ساعة معتمدة بحيث يقضي الطالب ما لا يقل عن (240) ساعة عمل متواصلة بإحدى المنشآت التي تم له الموافقة عليها من الكلية ويتم التسجيل كمتطلب للتخرج ونتيجتها بتنسيق مشترك لعملية التقييم من الكلية وجهة العمل التي تدرب بها. متطلب سابق: أن يكون الطالب قد اجتاز ما لا يقل عن 110 ساعة من مقررات البرنامج.
480	MKT	مشروع تخرج (3,0,3)	بحث مكتبي يدعمه جانب ميداني يقدمه الطالب عن أحد المواضيع ذات العلاقة بالتخصص تحت إشراف أحد أعضاء هيئة التدريس بالقسم والنتيجة تحسب بنفس آلية المقررات الدراسية. متطلب سابق: أن يكون الطالب قد اجتاز ما لا يقل عن 110 ساعة من مقررات البرنامج