

DIGITAL MARKETING

SOCIAL MEDIA



SEO



VIDEO

EMAIL



WEB

MOBILE



بكالوريوس

التسويق الرقمي

كن جزءاً من جيل جديد من المبدعين الرقميين القادرين على تحقيق التأثير
والنمو في سوق العمل التنافسي!



+1 984 382 6080



VertexUniversity.edu.eu





إعداد القادة والمبدعين في عالم الأعمال الحديث

تعد كلية إدارة الأعمال في جامعة فيرتكس منارة لتعليم الأعمال، حيث توفر بيئة أكاديمية متطورة تهدف إلى تأهيل قادة المستقبل ورواد الأعمال من خلال برامج أكاديمية مرنة وعالمية المستوى. تقدم الكلية درجات البكالوريوس، الماجستير، والدكتوراه في مختلف تخصصات إدارة الأعمال، مما يمنح الطلاب فرصة لاكتساب المهارات الحديثة المطلوبة لمواكبة سوق العمل الديناميكي.

جامعة فيرتكس

كلية إدارة الأعمال

تتميز الكلية بوجود هيئة تدريس عالمية تضم أكاديميين وخبراء من جامعات ومؤسسات دولية مرموقة، مما يعزز تجربة التعلم من خلال مزيج متوازن من النظرية والتطبيق العملي. يعتمد نموذج التدريس على أحدث التقنيات التعليمية الرقمية، حيث يتم دمج المعرفة الأكاديمية بالتطبيقات العملية لضمان تجربة تعليمية عالية الجودة ومتوافقة مع معايير التعليم العالمي.

تعتمد الكلية على التعليم القائم على المشاريع (PBL)، مما يتيح للطلاب العمل على مشروعات تطبيقية تحاكي بيئات الأعمال الواقعية، بالإضافة إلى تحليل البيانات الضخمة والاتجاهات السوقية لتعزيز مهارات التحليل واتخاذ القرار. يتم تعزيز التعلم من خلال المحاكاة التفاعلية والذكاء الاصطناعي، مما يسمح بتخصيص تجربة التعلم وفق احتياجات كل طالب.

كما تعتمد الكلية على منصات تعليمية تفاعلية تعزز التواصل المستمر بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، وتوفر برامج تدريبية مهنية متخصصة بالتعاون مع شركات عالمية لضمان تكامل التعليم الأكاديمي مع المهارات المهنية المطلوبة.

توفر الكلية برامج تعليمية مصممة بعناية لتزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات العملية التي يحتاجونها للتفوق في عالم الأعمال الحديث. يتضمن ذلك التخصصات الأساسية مثل إدارة الأعمال، التسويق الرقمي، المالية، المحاسبة، التجارة الإلكترونية، إدارة المخاطر، والتكنولوجيا المالية، مما يتيح للطلاب فرصًا واسعة للتطور المهني والتوظيف في الأسواق المحلية والعالمية.

تلتزم الكلية بتوفير برامج تدريبية لطلبة جامعة فيرتكس مما يؤهلهم للحصول على شهادات مهنية معترف بها عالميًا مثل CPA، PMP، CFA، Digital Marketing، Six Sigma، مما يمكن الطلاب من تعزيز سيرتهم الذاتية وزيادة فرصهم الوظيفية. كما تعمل الكلية على تعزيز ريادة الأعمال من خلال توفير حاضنات أعمال رقمية، دورات تدريبية وتطويرية متخصصة، وفرص شراكات مع شركات عالمية.

في جامعة فيرتكس، نحن لا نقدم مجرد تعليم، بل نؤسس لمستقبل ناجح ومستدام، حيث يكتسب طلابنا المعرفة، المهارات، والشهادات التي تمكنهم من تحقيق طموحاتهم المهنية وبناء مسيرة مهنية عالمية ناجحة.





نبذة عن بكالوريوس التسويق الرقمي

مع التطور السريع في العالم الرقمي، أصبح التسويق الرقمي عنصراً أساسياً في نجاح الشركات وتعزيز العلامات التجارية. يقدم برنامج بكالوريوس التسويق الرقمي في جامعة فيرتكس الدولية تجربة تعليمية شاملة تُدمج بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي، مما يمكن الطلاب من تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة تعتمد على البيانات، وفهم سلوك المستهلكين في البيئة الرقمية، وتحليل أداء الحملات التسويقية بفعالية.

يركز التخصص على إكساب الطلاب مهارات متقدمة في تحليل البيانات التسويقية، تحسين محركات البحث (SEO)، الإعلانات الرقمية، التسويق بالمحتوى، والتجارة الإلكترونية، مما يمكنهم من تصميم وتنفيذ حملات تسويقية مؤثرة باستخدام أحدث الأدوات الرقمية. كما يتناول التخصص أساليب التفاعل مع العملاء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وإعلانات الدفع بالنقرة (PPC)، وإدارة العلاقات مع العملاء (CRM)، إضافة إلى التسويق عبر البريد الإلكتروني واستراتيجيات النمو الرقمي.

يعتمد تخصص بكالوريوس التسويق الرقمي على نهج تعليمي عملي، حيث يتلقى الطلاب تدريباً مباشراً على أحدث المنصات الرقمية، ويتعلمون كيفية استخدام التحليلات الرقمية والذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرارات التسويقية الذكية. كما يتم تعزيز التفكير الاستراتيجي والإبداعي لديهم من خلال دراسات الحالة، المشاريع التطبيقية، والتفاعل مع خبراء في مجال التسويق الرقمي.

يُشرف على التخصص نخبة من الأكاديميين والخبراء في التسويق الرقمي، الذين يقدمون محتوى محدثاً يتماشى مع تطورات السوق العالمية. كما يفتح البرنامج آفاقاً مهنية واسعة للخريجين، حيث يمكنهم العمل في وكالات التسويق الرقمي، الشركات العالمية، المنصات الإلكترونية، أو تأسيس مشاريعهم الخاصة كخبراء تسويق رقمي مستقلين.

مع تزايد الحاجة إلى المتخصصين في التسويق الرقمي، يمنح هذا التخصص طلبة جامعة فيرتكس الفرصة لاكتساب المهارات والخبرات التي تؤهلهم للنجاح في سوق العمل الديناميكي، مما يجعلهم قادرين على ابتكار الحلول التسويقية الفعالة وتعزيز نمو الشركات في العصر الرقمي.

أبرز محاور التخصص:



- المنظور الوظيفي:

يؤهل تخصص التسويق الرقمي الطلاب للعمل في بيئات مهنية متنوعة تشمل وكالات التسويق الرقمي، الشركات الكبرى، المنصات الإلكترونية، وحتى القطاع الحكومي، حيث يمكن للخريجين شغل مناصب مثل أخصائي تسويق رقمي، محلل بيانات تسويقية، مدير حملات إعلانية، أو رائد أعمال في المجال الرقمي.

- المنظور الاستراتيجي:

يركز البرنامج على تطوير استراتيجيات تسويقية رقمية فعالة تعزز الولاء للعلامة التجارية وتدفع عجلة النمو. يتعلم الطلاب كيفية تحليل سلوك المستهلكين في البيئة الرقمية، التخطيط الاستراتيجي للحملات التسويقية، وإدارة الميزانيات التسويقية بذكاء لضمان تحقيق نتائج قابلة للقياس وتحسين العائد على الاستثمار (ROI).

- التكنولوجيا والابتكار:

مع تطور الذكاء الاصطناعي، أصبح التسويق أكثر ذكاءً وفعالية. يركز البرنامج على أدوات وتقنيات حديثة مثل تحليل البيانات الضخمة، تحسين محركات البحث (SEO)، الإعلانات الممولة، والتسويق عبر الذكاء الاصطناعي. يساعد ذلك الطلاب على استهداف العملاء بدقة، تحسين تجربة المستخدم، وتحليل الأداء التسويقي لاتخاذ قرارات قائمة على البيانات.



- التعليم التطبيقي:

يقدم البرنامج تجربة تعليمية متكاملة تجمع بين الدراسة الأكاديمية والتطبيق العملي من خلال دراسات الحالة الواقعية، مشاريع ميدانية، والتدريب في الشركات. كما يحصل الطلاب على تدريب عملي على أحدث منصات التسويق الرقمي مثل Google Ads و Meta Business Suite، مما يضمن اكتسابهم خبرات عملية مباشرة تؤهلهم لدخول سوق العمل بثقة.

- تنمية المهارات:

إلى جانب المعرفة التقنية، يساعد التخصص في تطوير مهارات التفكير التحليلي، الابتكار التسويقي، وإدارة الحملات الرقمية بفعالية. كما يركز على تعزيز مهارات التواصل، كتابة المحتوى التسويقي، وإدارة العلاقات مع العملاء، مما يمنح الخريجين ميزة تنافسية في بيئات العمل المتطورة.

انضم إلينا اليوم، وكن جزءاً من جيل جديد من المبدعين الرقميين القادرين على تحقيق التأثير والنمو في سوق العمل التنافسي!

رسالتنا

نلتزم بتقديم برنامج أكاديمي متكامل يجمع بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي، بهدف تمكين الطلاب من تصميم وإدارة الحملات التسويقية الرقمية بمهارة، وتحليل سلوك المستهلكين في البيئة الرقمية، وتوظيف أحدث التقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة.

رؤيتنا

أن نكون رواداً في تعليم التسويق الرقمي عالمياً، من خلال تأهيل كوادر محترفة قادرة على ابتكار استراتيجيات رقمية فعالة، وتحليل البيانات التسويقية، وقيادة التحول الرقمي في بيئات الأعمال المتطورة، بما يعزز النمو المستدام ويواكب التطورات التكنولوجية الحديثة.

أهداف برنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

- تزويد الطلاب بالمعرفة الشاملة حول التسويق الرقمي، بما يشمل استراتيجيات التسويق الإلكتروني، إدارة الحملات الإعلانية، وتحليل سلوك المستهلكين في البيئة الرقمية.
- تنمية مهارات التحليل واتخاذ القرارات التسويقية الذكية من خلال استخدام البيانات الضخمة، التحليلات الرقمية، والذكاء الاصطناعي لفهم توجهات السوق وتحقيق أعلى عائد على الاستثمار (ROI).
- إتقان تحسين محركات البحث (SEO) والتسويق بالمحتوى، مما يساعد الطلاب على تحسين ظهور العلامات التجارية في محركات البحث، وزيادة التفاعل مع الجمهور المستهدف.
- تعليم أحدث تقنيات الإعلان الرقمي، بما في ذلك إعلانات الدفع بالنقرة (PPC)، الإعلانات الممولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إعلانات الفيديو التفاعلية، واستراتيجيات إعادة الاستهداف (Retargeting) لزيادة فاعلية الحملات التسويقية.
- تمكين الطلاب من إدارة وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية عبر تطوير مهارات التفاعل مع الجمهور، إدارة المجتمعات الرقمية، وصياغة المحتوى الإبداعي على منصات مثل Facebook، Instagram، LinkedIn، TikTok.
- إعداد الطلاب لريادة الأعمال في المجال الرقمي عبر تزويدهم بالمهارات اللازمة لإطلاق وإدارة مشاريعهم الخاصة أو العمل كمستشارين في استراتيجيات النمو الرقمي.
- تعزيز التفكير الإبداعي والابتكار في التسويق، من خلال تطوير استراتيجيات تسويقية جديدة تعتمد على التحليل السلوكي والاتجاهات الرقمية الحديثة.
- إكساب الطلاب القدرة على استخدام الأدوات والتقنيات الحديثة مثل Google Ads، Meta Business Suite، أدوات تحليل الأداء الرقمي، وبرمجيات أتمتة التسويق (Marketing Automation Tools).



- تطوير استراتيجيات بناء العلامات التجارية وإدارة العلاقات مع العملاء (CRM) لضمان تعزيز الولاء وتحقيق تجربة مستخدم متميزة.
- دمج الذكاء الاصطناعي والتحليلات الرقمية في استراتيجيات التسويق، مما يمكن الطلاب من تحليل البيانات الضخمة والتنبؤ باتجاهات السوق لاتخاذ قرارات تسويقية أكثر ذكاءً.
- تنمية مهارات التواصل وصياغة المحتوى التسويقي الاحترافي، بما يضمن قدرة الطلاب على إنشاء رسائل تسويقية مقنعة ومؤثرة.
- تأهيل الطلاب للعمل في بيئات مهنية متنوعة مثل وكالات التسويق الرقمي، الشركات الكبرى، التجارة الإلكترونية، القطاع الحكومي، أو العمل الحر كخبراء تسويق رقمي مستقلين.
- تعليم الطلاب كيفية إدارة الميزانيات التسويقية بذكاء، لضمان تحقيق أقصى استفادة من الإنفاق الإعلاني وتحقيق أهداف التسويق بفعالية.
- تمكين الطلاب من فهم التوجهات الحديثة في التسويق الرقمي مثل التسويق عبر الواقع المعزز (AR)، التسويق المؤثر (Influencer Marketing)، والتسويق القائم على البيانات (Data-Driven Marketing).

ماذا يمكنك أن تفعل بحصولك على درجة بكالوريوس التسويق الرقمي؟

بكالوريوس التسويق الرقمي يفتح لك أبوابًا واسعة في سوق العمل، حيث يمكنك العمل في مجالات متعددة تشمل الشركات الكبرى، وكالات التسويق، التجارة الإلكترونية، وحتى العمل الحر أو ريادة الأعمال.



تخصص بكالوريوس التسويق الرقمي يمكن

أن يساعدك لأن تكون:

- أخصائي تسويق رقمي
- مدير حملات إعلانية رقمية
- محلل بيانات تسويقية
- خبير تحسين محركات البحث
- مدير تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- مدير التجارة الإلكترونية
- أخصائي تسويق بالمحتوى
- مدير علاقات العملاء
- خبير التسويق عبر البريد الإلكتروني
- محلل أداء الإعلانات الرقمية
- متخصص التسويق بالذكاء الاصطناعي
- مدير تسويق رقمي
- مستشار تسويق رقمي
- رائد أعمال رقمي

الفئة المستهدفة لبرنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

يستهدف برنامج بكالوريوس التسويق الرقمي الطلاب الطموحين الذين يسعون للتميز في عالم التسويق الرقمي، سواء كانوا مبتدئين أو محترفين يرغبون في تطوير مهاراتهم الرقمية.



- خريجو الثانوية العامة الذين يسعون إلى بدء مسيرتهم الأكاديمية والمهنية في مجال يجمع بين الإدارة والتكنولوجيا، ويطمحون لاكتساب مهارات متقدمة في التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي.
- الموظفون والعاملون في قطاع التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي الذين يرغبون في تطوير مهاراتهم وتعزيز معرفتهم باستراتيجيات التجارة الإلكترونية، التحليلات الرقمية، وإدارة المنصات الإلكترونية لزيادة فرصهم الوظيفية.



- الطلاب الراغبون في إكمال دراستهم إلى البكالوريوس (التجسير) من حملة الدبلوم في تخصصات ذات صلة، والذين يسعون للحصول على درجة البكالوريوس لمواكبة تطورات سوق العمل الرقمي وتعزيز فرصهم المهنية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة الذين يرغبون في تأسيس وإدارة متاجر إلكترونية ناجحة، وتطوير استراتيجيات فعالة للبيع والتسويق عبر الإنترنت.
- المهتمون بالتسويق الإلكتروني وإدارة المتاجر الرقمية الذين لديهم شغف بتطوير الأعمال عبر الإنترنت، وتحليل بيانات السوق، وتحسين تجربة العملاء في البيئات الرقمية.

الأوراق المطلوبة

- القبول النظامي : أن يكون الطالب حاصلًا على شهادة الثانوية العامة أو مايعادلها.
- القبول المشروط : قد تقبل جامعة فيرتكس القبول المشروط للمتقدمين لحين استكمال جميع أوراقهم (تطبق الشروط والأحكام في هذه الفئة).
- إجادة اللغة الإنجليزية في حال كانت لغة التدريس باللغة الانجليزية واجتياز الطالب اختبار اللغة
- أن يستوفي الطالب الشروط الخاصة بالقبول بتخصص بكالوريوس التسويق الرقمي.
- أن يقدم أصل الشهادات الحاصل عليها مع صور طبق الأصل.
- أن يقوم الطالب بتعبئة طلب الالتحاق الإلكتروني الخاص بالقبول والتسجيل في الجامعة.
- أن يدفع الطالب رسوم التسجيل والرسوم الدراسية المقررة.
- أن يوقع على تعهد بالالتزام بكافة نظم ولوائح الجامعة.

الأوراق المطلوبة

- صورة ملونة من الشهادة الصادرة من بلد الطالب "وزارة التربية والتعليم" لل حاصلين على مؤهل الثانوية العامة
- صورة ملونة من البطاقة الشخصية للطلاب أو العائلية للمطابقة.
- صورة ملونة من جواز سفر الطالب.
- صورة شخصية (4*6) خلفية لون أبيض.
- استكمال بيانات التسجيل و توقيعها من قبل الطالب.

توزيع الساعات المعتمدة:



متطلبات الجامعة	20 ساعة معتمدة
متطلبات الكلية (إدارة الأعمال)	36 ساعة معتمدة
متطلبات التخصص (إدارة الأعمال)	48 ساعة معتمدة
مساقات التخصص الاختيارية	12 ساعة معتمدة
مشروع التخرج	4 ساعة معتمدة
المجموع	120 ساعة معتمدة

1- متطلبات الجامعة (20 ساعة معتمدة)

رمز المساق	اسم المساق	الساعات المعتمدة	Course Title
BENG1301	الإنجليزية ا	3	English I Course Description: This course provides students with the essential tools to build their English language proficiency in reading, writing, listening, and speaking. It focuses on developing academic vocabulary, understanding grammatical structures, and constructing coherent paragraphs. Emphasis is placed on reading comprehension strategies and writing short texts to enhance students' communication and academic preparedness.
BMAT1303	الرياضيات	3	Mathematics Course Description: This foundational course introduces students to mathematical concepts and techniques essential for business and economic analysis. Topics include algebra, linear and quadratic equations,



functions, matrices, inequalities, and introductory calculus. The course aims to equip students with problem-solving and analytical skills applicable to real-world business scenarios.		الخطية والتربيعية، الدوال، المصفوفات، المتباينات، ومبادئ حساب التفاضل. يهدف المقرر إلى تنمية مهارات التحليل وحل المشكلات لدى الطلاب في السياقات العملية المرتبطة بالأعمال.	
English II Course Description: This course builds on the foundation established in English I, advancing students' proficiency in academic reading, writing, and critical thinking. Students engage in writing essays, analyzing academic texts, and delivering presentations. It enhances their academic literacy and prepares them for higher-level coursework conducted in English.	3	الإنجليزية II توصيف المقرر: يبنى هذا المقرر على ما تم اكتسابه في "الإنجليزية I"، حيث يطور مهارات الطلاب في القراءة الأكاديمية، والكتابة، والتفكير النقدي. يتدرب الطلاب على كتابة المقالات، وتحليل النصوص الأكاديمية، وتقديم العروض التقديمية. يعزز المقرر الكفاءة اللغوية الأكاديمية اللازمة للتقدم في الدراسة الجامعية.	BENG1304
Innovation & Entrepreneurship Course Description: This course introduces students to the principles of innovation and entrepreneurship in the modern business environment. Topics include the entrepreneurial mindset, opportunity recognition, idea generation, value creation, and basic business model development. Students are encouraged to develop their creativity, critical thinking, and practical entrepreneurial skills.	2	الابتكار وريادة الأعمال توصيف المقرر: يُعرف هذا المقرر الطلاب بمبادئ الابتكار وريادة الأعمال في بيئة الأعمال المعاصرة. تشمل الموضوعات: التفكير الريادي، اكتشاف الفرص، توليد الأفكار، خلق القيمة، وتطوير نماذج الأعمال الأساسية. يشجع المقرر على تنمية الإبداع والتفكير النقدي والمهارات الريادية التطبيقية لدى الطلاب.	BINN1205
Introduction to Business Course Description: This comprehensive course introduces students	3	مقدمة في إدارة الأعمال توصيف المقرر: يقدم هذا المقرر فهماً شاملاً	BBUS1306



to the fundamental concepts of business and management. Key areas covered include organizational structures, marketing, finance, operations, human resources, and business ethics. The course provides students with a holistic view of how businesses operate in local and global markets.		للمفاهيم الأساسية في مجال الأعمال والإدارة. تشمل الموضوعات: الهيكل التنظيمي، التسويق، التمويل، العمليات، الموارد البشرية، وأخلاقيات الأعمال. يوفر المقرر للطلاب تصورًا عامًا عن كيفية عمل المؤسسات في الأسواق المحلية والعالمية.	
Communication and Academic Skills Course Description: This course is designed to enhance students' academic and professional communication skills. It covers effective reading and writing techniques, note-taking, report writing, teamwork, presentation skills, and active listening. The course also fosters critical thinking and time management skills vital for academic success.	3	مهارات أكاديمية ومهارات الاتصال توصيف المقرر: يهدف هذا المقرر إلى تنمية مهارات التواصل الأكاديمي والمهني لدى الطلاب. يشمل المهارات الفعالة في القراءة والكتابة، تدوين الملاحظات، كتابة التقارير، العمل الجماعي، مهارات العرض التقديمي، والاستماع النشط. كما يركز على تنمية مهارات التفكير النقدي وإدارة الوقت اللازمة للنجاح الأكاديمي.	BCMS1208
Fundamentals of Information Systems Course Description: This course provides an overview of the role and impact of information systems in business operations and decision-making. Topics include system components (hardware, software, databases, networks), data management, e-commerce, and the strategic use of IT. Students will gain an understanding of how technology supports organizational goals.	3	أساسيات نظم المعلومات توصيف المقرر: يُقدم هذا المقرر نظرة شاملة على دور نظم المعلومات وتأثيرها في عمليات الأعمال واتخاذ القرارات. تشمل الموضوعات: مكونات النظام (الأجهزة، البرمجيات، قواعد البيانات، الشبكات)، إدارة البيانات، التجارة الإلكترونية، والاستخدام الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات. يهدف المقرر إلى تمكين الطلاب من فهم كيفية دعم التكنولوجيا لأهداف المؤسسات.	BINF1310



2- متطلبات الكلية إجباري (كلية إدارة الأعمال) (36 ساعة معتمدة)

رمز المساق	اسم المساق	الساعات المعتمدة	Course Title
BORG1301	السلوك التنظيمي	3	Organizational Behavior Course Description: This course explores individual and group behavior within organizational settings. It covers topics such as motivation, leadership, communication, organizational culture, conflict resolution, and decision-making. Students will gain insights into how human behavior affects organizational effectiveness and how managers can influence behavior to achieve business goals.
BACC1302	مبادئ محاسبة (1)	3	Principles of Accounting Course Description: An introductory course in financial accounting that explains the accounting cycle, recording transactions, preparing financial statements, and understanding the accounting framework. The course emphasizes the role of accounting in decision-making and the interpretation of financial information for stakeholders.
BSTA1303	مبادئ احصاء	3	Principles of Statistics Course Description: This course introduces students to basic statistical concepts and their application in business decision-making. Topics include descriptive statistics, probability, distributions, sampling, hypothesis testing, correlation, and



regression. Practical data analysis is emphasized throughout.		يتم التركيز على تحليل البيانات العملية	
Marketing Management Course Description: This course examines the fundamental principles of marketing and the strategic role it plays in business. Topics include consumer behavior, market segmentation, positioning, product development, pricing strategies, promotion, and distribution. Students will develop analytical skills for crafting effective marketing plans.	3	إدارة التسويق توصيف المقرر: يتناول هذا المقرر المبادئ الأساسية للتسويق والدور الاستراتيجي الذي يلعبه في بيئة الأعمال. تشمل الموضوعات: سلوك المستهلك، تجزئة السوق، التمركز، تطوير المنتجات، استراتيجيات التسعير، الترويج، والتوزيع. يهدف المقرر إلى تطوير مهارات التحليل اللازمة لإعداد خطط تسويقية فعالة.	BMAR2304
Cost Accounting Course Description: This course focuses on the role of cost information in planning, decision-making, and control. Students will learn about cost behavior, cost allocation, job order costing, process costing, and budgeting. Emphasis is placed on managerial uses of accounting data.	3	محاسبة التكاليف توصيف المقرر: يركز هذا المقرر على دور معلومات التكاليف في التخطيط، واتخاذ القرار، والرقابة. يتعلم الطلاب مفاهيم مثل سلوك التكاليف، توزيع التكاليف، محاسبة تكاليف الأوامر، محاسبة التكاليف المرحلية، وإعداد الموازنات. يتم التركيز على الاستخدام الإداري لبيانات المحاسبة.	BCOS2305
Financial Management Course Description: This course introduces the principles and techniques of financial management, including financial analysis, planning, capital budgeting, risk, and return, and working capital management. Students will explore how	3	إدارة مالية توصيف المقرر: يقدم هذا المقرر المبادئ والتقنيات الأساسية لإدارة التمويل، بما في ذلك التحليل المالي، التخطيط، الموازنة الرأس مالية، العلاقة بين العائد والمخاطرة، وإدارة رأس المال العامل. يهدف إلى توضيح كيف	BFIN2306



financial decisions support business strategy and growth.		تساهم القرارات المالية في دعم استراتيجية ونمو المؤسسة.	
Macroeconomics Course Description: Macroeconomics focuses on the performance, structure, and behavior of national economies. Topics include GDP, inflation, unemployment, fiscal and monetary policies, and international trade. The course helps students understand the broader economic forces that affect business operations.	3	الاقتصاد كلي توصيف المقرر: يركز الاقتصاد الكلي على أداء وهياكل وسلوك الاقتصاد الوطني. تشمل الموضوعات: الناتج المحلي الإجمالي، التضخم، البطالة، السياسات المالية والنقدية، والتجارة الدولية. يساعد المقرر الطلاب على فهم العوامل الاقتصادية الكلية المؤثرة على الأعمال.	BMAC2307
Microeconomics Course Description: This course explores how individuals and firms make decisions regarding resource allocation. Topics include supply and demand, market equilibrium, elasticity, production and costs, and market structures. The course provides a micro-level perspective on economic decision-making.	3	الاقتصاد الجزئي توصيف المقرر: يدرس هذا المقرر كيفية اتخاذ الأفراد والمنشآت لقرارات تخصيص الموارد. تشمل الموضوعات: العرض والطلب، التوازن السوقي، المرونة، الإنتاج والتكاليف، وهياكل الأسواق. يقدم المقرر نظرة تحليلية جزئية لعملية اتخاذ القرار الاقتصادي.	BMIC2308
Research Methods Course Description: This course provides students with a comprehensive understanding of business research methodologies. It covers qualitative and quantitative research, research design, data collection, analysis, and ethical considerations. Students will develop research proposals and learn to critically evaluate academic sources.	3	مناهج البحث العلمي توصيف المقرر: يقدم هذا المقرر فهماً شاملاً لمناهج البحث العلمي في مجال الأعمال. يتناول البحث الكيفي والكمي، تصميم البحث، جمع البيانات، التحليل، والجوانب الأخلاقية. سيتعلم الطلاب إعداد مقترحات بحثية وتقييم المصادر الأكاديمية بشكل نقدي	BRES3309



Human Resource Management	3	إدارة الموارد البشرية	BHRM3310
<p>Course Description: An introduction to managing people within organizations. Topics include recruitment, selection, training and development, performance appraisal, compensation, and employee relations. The course emphasizes the strategic role of HR in achieving organizational success.</p>		<p>توصيف المقرر: مقدمة في إدارة الأفراد داخل المؤسسات. تشمل الموضوعات: التوظيف، الاختيار، التدريب والتطوير، تقييم الأداء، التعويضات، والعلاقات الوظيفية. يركز المقرر على الدور الاستراتيجي لإدارة الموارد البشرية في تحقيق النجاح المؤسسي.</p>	
Operations Management	3	مقدمة في إدارة العمليات	BOPM3311
<p>Course Description: This course covers the principles and practices of operations management in manufacturing and service organizations. Topics include process design, capacity planning, quality management, inventory control, and supply chain operations. The course focuses on improving efficiency and productivity.</p>		<p>توصيف المقرر: يغطي هذا المقرر المبادئ والممارسات الأساسية لإدارة العمليات في منظمات الإنتاج والخدمات. تشمل الموضوعات: تصميم العمليات، تخطيط الطاقة الإنتاجية، إدارة الجودة، التحكم في المخزون، وعمليات سلسلة التوريد. يركز المقرر على تحسين الكفاءة والإنتاجية.</p>	
Logistics Management	3	إدارة اللوجستيات	BLOG3312
<p>Course Description: This course introduces the key concepts and functions of logistics within supply chain management. It covers transportation, warehousing, inventory management, order fulfillment, and logistics strategy. Students will learn how logistics contribute to value creation and customer satisfaction.</p>		<p>توصيف المقرر: يعرف هذا المقرر الطلاب بالمفاهيم والوظائف الأساسية للوجستيات ضمن إدارة سلسلة التوريد. تشمل الموضوعات: النقل، التخزين، إدارة المخزون، تنفيذ الطلبات، واستراتيجية اللوجستيات. يوضح المقرر كيف تسهم اللوجستيات في خلق القيمة وتحقيق رضا العملاء.</p>	



3- متطلبات التخصص (التسويق الرقمي) (48 ساعة معتمدة)

رمز المساق	اسم المساق	الساعات المعتمدة	Course Title
MMG3301	إدارة التسويق(2)	3	Marketing Management (2) Course Description: This course builds on foundational marketing principles by exploring advanced strategies for marketing planning, implementation, and control. Students will delve into segmentation, targeting, and positioning strategies; product lifecycle management; pricing techniques; and integrated communication tactics. Emphasis is placed on applying marketing analytics to support decision-making and improve performance in both traditional and digital environments. Case studies and simulations are used extensively to develop strategic thinking.
SMX3302	تسويق الخدمات	3	Services Marketing Course Description: This course explores the unique challenges of marketing services as opposed to physical goods. Students will examine service characteristics, customer expectations, service design, and quality management. The course emphasizes customer experience, service recovery, relationship marketing, and digital delivery of services. Applications in sectors such as healthcare, banking, and tourism are covered.
DIM3303	الاتصالات التسويقية المتكاملة الرقمية	3	Digital Integrated Marketing Communications Course Description:



<p>This course introduces students to the tools and strategies of integrated marketing communications (IMC) in the digital era. Topics include digital branding, content marketing, social media engagement, email marketing, mobile advertising, and cross-channel integration. Students will design IMC campaigns that align with brand objectives and engage consumers across platforms.</p>		<p>يعرف هذا المقرر الطلاب بأدوات واستراتيجيات الاتصالات التسويقية المتكاملة في العصر الرقمي. تشمل الموضوعات العلامة التجارية الرقمية، وتسويق المحتوى، والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، والتسويق، والإعلانات عبر الهواتف المحمولة، والتكامل بين القنوات. يقوم الطلاب بتصميم حملات تسويقية متكاملة تتماشى مع أهداف العلامة التجارية وتحقق التفاعل مع المستهلكين عبر مختلف المنصات.</p>	
<p>Financial Services Marketing</p> <p>Course Description:</p> <p>This course focuses on marketing financial services such as banking, insurance, and investment products. Students will explore customer behavior in financial decision-making, regulatory environments, trust-building strategies, and digital financial platforms. Real-life case studies illustrate how financial institutions innovate and differentiate in a highly regulated and competitive market.</p>	3	<p>تسويق الخدمات المالية</p> <p>توصيف المقرر:</p> <p>يركز هذا المقرر على تسويق الخدمات المالية مثل البنوك، والتأمين، ومنتجات الاستثمار. يدرس الطلاب سلوك العملاء في اتخاذ القرارات المالية، والبيئة التنظيمية، واستراتيجيات بناء الثقة، والمنصات الرقمية للخدمات المالية. تتضمن الدراسة حالات واقعية توضح كيف تبتكر المؤسسات المالية وتتميز في سوق يتميز بالتنظيم الشديد والمنافسة العالية.</p>	FSM3305
<p>Digital Consumer Behavior</p> <p>Course Description:</p> <p>This course examines how consumers behave in digital environments. Students explore psychological, social, and cultural factors that influence online behavior, including search patterns, online shopping, reviews, and digital word-of-mouth. Special focus is given to user journey mapping, data-driven personalization,</p>	3	<p>سلوك المستهلك الرقمي</p> <p>توصيف المقرر:</p> <p>يتناول هذا المقرر سلوك المستهلك في البيئات الرقمية. يستكشف الطلاب العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية المؤثرة في السلوك عبر الإنترنت، بما في ذلك أنماط البحث، والتسويق الإلكتروني، والمراجعات، والتوصيات الرقمية. يتم التركيز على رسم خريطة</p>	DCB3306



and ethical considerations in online behavior tracking.		رحلة المستخدم، والتخصيص القائم على البيانات، والاعتبارات الأخلاقية لتتبع السلوك عبر الإنترنت.	
Quantitative Methods in Marketing Course Description: This course equips students with quantitative tools used in marketing decision-making. Topics include descriptive statistics, regression analysis, hypothesis testing, cluster analysis, and customer segmentation techniques. The course integrates the use of software tools like SPSS, Excel, or Python to analyze marketing datasets.	3	توصيف المقرر: يزود هذا المقرر الطلاب بالأدوات الكمية المستخدمة في اتخاذ القرارات التسويقية. تشمل الموضوعات الإحصاء الوصفي، وتحليل الانحدار، واختبارات الفرضيات، وتحليل المجموعات، وتقنيات تقسيم العملاء. يدمج المقرر استخدام أدوات برمجية مثل SPSS أو Excel أو Python لتحليل بيانات التسويق.	QMI3307
New Product Management Course Description: This course focuses on managing the process of developing and launching new products. Students will learn about product ideation, concept testing, market analysis, product design, and go-to-market strategies. Emphasis is placed on innovation, cross-functional collaboration, and digital tools used in product lifecycle management.	3	توصيف المقرر: يركز هذا المقرر على إدارة عملية تطوير وإطلاق المنتجات الجديدة. يتعلم الطلاب كيفية توليد الأفكار، واختبار المفاهيم، وتحليل السوق، وتصميم المنتج، واستراتيجيات دخول السوق. يتم التركيز على الابتكار، والتعاون بين الفرق الوظيفية، والأدوات الرقمية المستخدمة في إدارة دورة حياة المنتج.	NPM3308
Digital Marketing Course Description: This course provides a comprehensive overview of digital marketing tools, techniques, and strategies. It explores key topics such as SEO, SEM, content marketing, email marketing, influencer marketing, and performance measurement. Students will gain practical experience in planning and implementing digital	3	توصيف المقرر: يوفر هذا المقرر نظرة شاملة على أدوات واستراتيجيات وتقنيات التسويق الرقمي. يتناول موضوعات أساسية مثل تحسين محركات البحث، والتسويق عبر محركات البحث، وتسويق المحتوى، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، وتسويق المؤثرين، وقياس الأداء.	DMX3309



marketing campaigns using current platforms and analytics tools.		يكتسب الطلاب خبرة عملية في تخطيط وتنفيذ حملات التسويق الرقمي باستخدام المنصات والأدوات التحليلية الحديثة.	
Website Design and Analytics	3	تصميم مواقع الإنترنت وتحليلها	WDA3310
Course Description: This course introduces the principles of designing and evaluating marketing websites. Students learn user interface (UI) and user experience (UX) design fundamentals, usability testing, and performance tracking. Emphasis is placed on integrating analytics tools (e.g., Google Analytics) to monitor visitor behavior, conversion rates, and site performance.		توصيف المقرر: يُقدم هذا المقرر مبادئ تصميم وتقييم مواقع الإنترنت لأغراض تسويقية. يتعلم الطلاب أساسيات تصميم واجهات المستخدم وتجربة المستخدم، واختبار قابلية الاستخدام، وتتبع أداء الموقع. يُركز المقرر على دمج أدوات التحليل مثل Google Analytics لمراقبة سلوك الزوار، ومعدلات التحويل، وكفاءة الموقع.	
Search Engine Marketing (SEM)	3	التسويق باستخدام محركات البحث	SEM3311
Course Description: This course covers the strategic and technical aspects of paid search marketing. Students explore keyword research, ad copywriting, bidding strategies, quality score optimization, and campaign management across platforms like Google Ads. The course includes hands-on experience with setting up, managing, and optimizing search engine ad campaigns.		توصيف المقرر: يغطي هذا المقرر الجوانب الاستراتيجية والفنية للتسويق عبر محركات البحث المدفوعة. يدرس الطلاب كيفية اختيار الكلمات المفتاحية، وكتابة الإعلانات، واستراتيجيات تقديم العروض، وتحسين درجات الجودة، وإدارة الحملات الإعلانية على منصات مثل Google Ads. يتضمن المقرر تطبيقات عملية لإنشاء وإدارة وتحسين حملات التسويق باستخدام محركات البحث.	
Brand Management	3	إدارة العلامات التجارية	BMX3313
Course Description: This course focuses on building, positioning, and managing brands in a competitive environment. Students learn how to measure brand equity, design brand strategies, manage brand		توصيف المقرر: يركز هذا المقرر على بناء العلامات التجارية، وتحديد موقعها في السوق، وإدارتها في بيئة تنافسية. يتعلم الطلاب كيفية قياس قيمة	



portfolios, and respond to brand crises. Special attention is given to the role of digital media in shaping and protecting brand identity.		العلامة التجارية، وتصميم الاستراتيجيات، وإدارة المحافظ التجارية، والتعامل مع الأزمات المرتبطة بالعلامة، يُخصص جزء خاص لدور الإعلام الرقمي في تشكيل وحماية هوية العلامة التجارية.	
Digital Customer Relationship Management Course Description: This course introduces strategies and technologies used in managing digital customer relationships. Topics include CRM systems, customer lifecycle management, data-driven personalization, loyalty programs, and omni-channel communication. Students will work with digital CRM tools to analyze customer data and improve retention.	3	توصيف المقرر: يُعرف هذا المقرر بالاستراتيجيات والتقنيات المستخدمة في إدارة علاقات العملاء الرقمية. تشمل الموضوعات أنظمة CRM، وإدارة دورة حياة العميل، والتخصيص القائم على البيانات، وبرامج الولاء، والتواصل متعدد القنوات. يستخدم الطلاب أدوات إدارة علاقات العملاء الرقمية لتحليل بيانات العملاء وتحسين الاحتفاظ بهم.	DCR3314
Contemporary Issues in Digital Marketing Course Description: This course discusses emerging and controversial topics in digital marketing such as data privacy, AI in marketing, influencer ethics, and the role of algorithms in shaping user experience. Students critically assess the challenges and implications of fast-paced technological changes on marketing practices.	3	توصيف المقرر: يناقش هذا المقرر القضايا الناشئة والمثيرة للجدل في مجال التسويق الرقمي، مثل خصوصية البيانات، والذكاء الاصطناعي في التسويق، وأخلاقيات المؤثرين، ودور الخوارزميات في تشكيل تجربة المستخدم. يقوم الطلاب بتقييم نقدي للتحديات والتأثيرات التي تُحدثها التكنولوجيا المتسارعة على ممارسات التسويق.	CID3315
Marketing Research Course Description: This course covers the fundamentals of conducting marketing research. Students learn how to design research projects, collect data (quantitative and qualitative), use surveys and	3	توصيف المقرر: يغطي هذا المقرر أساسيات إجراء بحوث التسويق. يتعلم الطلاب كيفية تصميم المشاريع البحثية، وجمع البيانات الكمية والنوعية، واستخدام الاستبيانات	MRX3317



focus groups, analyze results, and apply findings to real marketing problems. Software tools are introduced to support data analysis.		والمجموعات البؤرية، وتحليل النتائج، وتطبيق النتائج على مشكلات تسويقية واقعية. يتم تقديم أدوات برمجية داعمة لتحليل البيانات.	
Internship Course Description: The internship offers students practical experience in a digital marketing setting. Students are expected to apply academic knowledge in a professional context, contribute to real-world projects, and reflect on their development. A final report and evaluation from the host organization are required.	3	تدريب توصيف المقرر: توفر هذه المادة فرصة للطلاب لاكتساب خبرة عملية في بيئة تسويق رقمي. يُتوقع من الطلاب تطبيق المعرفة الأكاديمية في السياق المهني، والمشاركة في مشاريع حقيقية، والتفكير النقدي في تطوره المهني. يُطلب تقديم تقرير نهائي وتقييم من المؤسسة المضيفة.	INT3318
Social Media Marketing Course Description: This course provides a hands-on approach to marketing through social media platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, and X (Twitter). Topics include content creation, engagement strategies, influencer collaboration, paid campaigns, and analytics. Students will develop and present a complete social media marketing plan.	3	التسويق من خلال شبكات التواصل الاجتماعي توصيف المقرر: يقدم هذا المقرر تدريباً عملياً على التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام وتيك توك ولينكدإن وتويتير (X). تشمل الموضوعات إنشاء المحتوى، واستراتيجيات التفاعل، والتعاون مع المؤثرين، والحملات المدفوعة، والتحليلات. يقوم الطلاب بإعداد وتقديم خطة تسويق متكاملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	SMM3319

4- مساقات التخصص الاختيارية (12 ساعة معتمدة)

Course Title	الساعات المعتمدة	اسم المساق	رمز المساق
Distribution Channels and Retailing This course introduces the principles and practices of public relations (PR) within digital and traditional media contexts. Students learn about media relations, press releases, corporate	3	قنوات التوزيع وعمليات التجزئة يُعرف هذا المقرر بمبادئ وممارسات العلاقات العامة في سياق الإعلام الرقمي والتقليدي. يتعلم الطلاب كيفية إدارة العلاقات الإعلامية.	DCR3320



<p>communication, crisis management, and PR campaign planning. Emphasis is placed on the role of PR in shaping brand image and stakeholder perceptions.</p>		<p>وكتابة البيانات الصحفية، والاتصال المؤسسي، وإدارة الأزمات، وتخطيط حملات العلاقات العامة. يُركز المقرر على دور العلاقات العامة في تشكيل صورة العلامة التجارية وانطباعات أصحاب المصلحة.</p>	
<p>Public Relations</p> <p>This course focuses on marketing principles as applied to healthcare services. Topics include patient experience, healthcare branding, service quality, digital health communication, and ethical issues in promoting healthcare services. Students will develop marketing strategies for hospitals, clinics, and wellness centers.</p>	3	<p>العلاقات العامة</p> <p>يركز هذا المقرر على تطبيق مبادئ التسويق في خدمات الرعاية الصحية. تشمل الموضوعات تجربة المريض، وبناء الهوية المؤسسية في القطاع الصحي، وجودة الخدمة، والتواصل الرقمي في الرعاية الصحية، والقضايا الأخلاقية في الترويج للخدمات الصحية. يقوم الطلاب بتطوير استراتيجيات تسويقية للمستشفيات والعيادات ومراكز العناية الصحية.</p>	PRL3321
<p>Healthcare Services Marketing</p> <p>This course examines marketing strategies across international markets, considering cultural, economic, political, and legal differences. Students explore global market entry strategies, product adaptation, international branding, pricing, and promotion. Emphasis is placed on managing digital marketing across borders.</p>	3	<p>تسويق خدمات الرعاية الصحية</p> <p>يتناول هذا المقرر استراتيجيات التسويق في الأسواق الدولية، مع مراعاة الفروقات الثقافية والاقتصادية والسياسية والقانونية. يدرس الطلاب استراتيجيات دخول الأسواق العالمية، وتكيف المنتجات، وبناء العلامات التجارية الدولية، والتسعير، والترويج. يُركز المقرر على إدارة التسويق الرقمي عبر الحدود.</p>	HSM3322
<p>International Marketing</p> <p>This course delves into the unique characteristics of marketing between businesses. Topics include industrial buying behavior, B2B segmentation, relationship marketing, key account management, and B2B digital platforms. Students will design B2B marketing strategies aligned with value creation and long-term partnerships.</p>	3	<p>التسويق الدولي</p> <p>يتناول هذا المقرر الخصائص الفريدة للتسويق بين المؤسسات. تشمل الموضوعات سلوك الشراء الصناعي، وتقسيم الأسواق بين الأعمال، والتسويق القائم على العلاقات، وإدارة الحسابات الرئيسية، والمنصات الرقمية B2B. يقوم الطلاب بتصميم استراتيجيات تسويق لمؤسسات الأعمال تركز</p>	INT3323



		على خلق القيمة وبناء شراكات طويلة الأجل.	
Business-to-Business Marketing (B2B Marketing) This course enhances the employability skills required in digital marketing careers. Students build capabilities in communication, teamwork, digital project management, content creation, data storytelling, and presentation. Simulations and workshops provide a practical setting to prepare students for the dynamic demands of the digital marketing industry.	3	التسويق لمؤسسات الأعمال يعزز هذا المقرر المهارات المهنية اللازمة للعمل في مجال التسويق الرقمي. يطور الطلاب مهارات الاتصال، والعمل الجماعي، وإدارة المشاريع الرقمية، وإنشاء المحتوى، وسرد البيانات، والعروض التقديمية. تتيح ورش العمل والمحاكاة للطلاب بيئة عملية للاستعداد لمتطلبات سوق العمل الديناميكي في التسويق الرقمي.	B2B3324
Professional Skills in Digital Marketing This course enhances the employability skills required in digital marketing careers. Students build capabilities in communication, teamwork, digital project management, content creation, data storytelling, and presentation. Simulations and workshops provide a practical setting to prepare students for the dynamic demands of the digital marketing industry.	3	مهارات مهنية في التسويق الرقمي يعزز هذا المقرر المهارات المهنية اللازمة للعمل في مجال التسويق الرقمي. يطور الطلاب مهارات الاتصال، والعمل الجماعي، وإدارة المشاريع الرقمية، وإنشاء المحتوى، وسرد البيانات، والعروض التقديمية. تتيح ورش العمل والمحاكاة للطلاب بيئة عملية للاستعداد لمتطلبات سوق العمل الديناميكي في التسويق الرقمي.	PSD3325
Social and Nonprofit Marketing Course Description: This course explores marketing practices tailored to social causes and nonprofit organizations. Topics include behavior change campaigns, cause-related marketing, stakeholder engagement, fundraising communication, and impact measurement. Students will develop marketing plans aimed at promoting social value rather than profit.	3	التسويق الاجتماعي وغير الربحي توصيف المقرر: يستعرض هذا المقرر أساليب التسويق الموجهة للقضايا الاجتماعية والمنظمات غير الربحية. تشمل الموضوعات حملات تغيير السلوك، والتسويق المرتبط بالقضايا، وإشراك أصحاب المصلحة، والاتصال الخاص بجمع التبرعات، وقياس الأثر. يقوم الطلاب بتطوير خطط تسويقية تهدف إلى تعزيز القيمة الاجتماعية بدلاً من تحقيق الأرباح.	SAN3312
Sales Management	3	إدارة المبيعات	SMX3304



Course Description: This course covers the strategic and operational aspects of managing a sales force. Topics include sales planning, recruitment and training, sales forecasting, territory design, and performance evaluation. Emphasis is placed on the role of personal selling in the digital context, integrating CRM systems, and leveraging data to enhance sales effectiveness. Practical scenarios and simulations are used to build managerial competencies.	توصيف المقرر: يغطي هذا المقرر الجوانب الاستراتيجية والتشغيلية لإدارة فريق المبيعات. تشمل الموضوعات تخطيط المبيعات، وتوظيف وتدريب مندوبي المبيعات، والتنبؤ بالمبيعات، وتصميم المناطق البيعية، وتقييم الأداء. يتم التركيز على دور البيع الشخصي في البيئة الرقمية، ودمج أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)، والاستفادة من البيانات لتحسين كفاءة المبيعات. يستخدم المقرر سيناريوهات عملية ومحاكاة لبناء المهارات الإدارية.
--	--

5 - مشروع التخرج (4 ساعة معتمدة)

الوصف	الساعات المعتمدة	اسم المساق	رمز المساق
Graduation Project The graduation project is a capstone experience in which students apply their accumulated digital marketing knowledge to a real-world problem or opportunity. Under faculty supervision, students conduct research, propose solutions, develop campaigns, and present their findings. The project emphasizes critical thinking, creativity, and strategic planning.	4	مشروع التخرج يمثل مشروع التخرج تجربة ختامية يطبق فيها الطلاب ما اكتسبوه من معارف في التسويق الرقمي على مشكلة أو فرصة حقيقية. تحت إشراف أعضاء هيئة التدريس، يُجري الطلاب بحثاً، ويقترحون حلولاً، ويطورون حملات، ويعرضون نتائجهم النهائية. يركز المشروع على التفكير النقدي، والإبداع، والتخطيط الاستراتيجي.	GRA3305