

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# كلية إدارة الأعمال

## Faculty of Business Administration

➤ Marketing

◀ التسويق

## Faculty of Business Administration (Marketing)

## كلية إدارة الأعمال (التسويق)

### Requirements for obtaining a Bachelor`s degree in Business Administration / Marketing Specialization

متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس

في إدارة الأعمال / تخصص التسويق .

Minimum for a Bachelor`s degree in Business Administration / **Marketing** specialization is **(108)** credit hours successfully studied by the student according to the instructions of the following plan :

إن الحد الأدنى للحصول على درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال / تخصص التسويق هو إتمام **(108)** ساعات معتمدة يدرسها الطالب بنجاح وفق تعليمات هذه الخطة التالية :

	عدد الساعات المعتمدة Credit Hours ( Cr. )	
First: University Requirements	18	أولاً : متطلبات الجامعة
Second: Faculty Requirements	15	ثانياً : متطلبات الكلية
Third: Department Requirements		ثالثاً : متطلبات التخصص
A) Compulsory	66	أ) المتطلبات الالزامية
B) Electives	09	ب) المتطلبات الاختيارية
Total	108	المجموع

### First : University Requirements

### أولاً : متطلبات الجامعة

Course	عدد الساعات (Cr.)	اسم المادة	الرقم
Arabic Language I	3	اللغة العربية ( 1 )	1
Islamic Culture I	3	الثقافة الإسلامية (1)	2
English I	3	اللغة الإنجليزية (1)	3
Islamic Culture II	3	الثقافة الإسلامية (2)	4
Computer Skills	3	مهارات الحاسوب	5
Lebanon and the Arab-Islamic Civilization	3	لبنان والحضارة العربية الإسلامية	6
Total	18	المجموع	

**Second: Faculty Requirements**

ثانياً : متطلبات الكلية :

Course	عدد الساعات (Cr.)	اسم المادة	الرقم
Islamic banks	3	المصارف الإسلامية	1
Jurisprudence of Transactions	3	فقه المعاملات	2
English II	3	اللغة الإنجليزية (2)	3
Islamic Economics	3	الاقتصاد الإسلامي	4
General Finance in Islam	3	المالية العامة في الإسلام	5
Total	15	المجموع	

**Third :Marketing Department Requirements**

ثالثاً: متطلبات تخصص التسويق :

**A) Compulsory Requirements**

أ) المتطلبات الإجبارية

No.	Course Code	Course	Cr.
1.	MKTG 101	Marketing	3
2.	MKTG 250	Electronic Marketing	3
3.	MKTG 260	Marketing Communication	3
4.	MKTG 300	Professional Selling and Sales Management	3
5.	MKTG 350	Retailing	3
6.	MKTG 360	Consumer Behavior	3
7.	MKTG 375	International Marketing	3
8.	MKTG 380	Marketing Research	3
9.	MKTG 390	Training or Marketing Research Project	3
10.	ACCT 101	Accounting I	4
11.	ACCT 102	Accounting II	4
12.	ACCT 210	Financial Accounting	3
13.	ECON 101	Microeconomics	3
14.	ECON 102	Macroeconomics	3
15.	MATH 210	Calculus and Applied Mathematics	4
16.	MIS 380	Feasibility Studies and Project Evaluation	3
17.	MGMT 101	Management	3
18.	MGMT 260	Business statistics	3
19.	MGMT 300	Business Law	3
20.	MGMT 320	Organizational Behavior	3
21.	MGMT 370	Public Relation	3
Total Credits			66

## ب- المتطلبات الاختيارية

### B. Elective Requirements

Student should choose 3 courses (9 credits) ( ٩ ساعات معتمدة ) يختار الطالب ٣ مواد (٩ ساعات معتمدة) من بين المقررات التالية:

No.	Course Code	Course	Cr.
1.	ACCT 450	International Accounting	3
2.	ENGL 300	Business and Professional Speaking	3
3.	MATH 250	Linear Algebra	3
4.	MIS 360	e-Business	3
5.	MKTG 245	Services Marketing	3
6.	MGMT 250	Employee Development	3
7.	MGMT 400	Special Topics	3

وفيميلي وصف المقررات الواردة في الخطة الدراسية لتخصص التسويق:

**The following is the course description for Marketing study plan:**

#### **MKGT 101 Marketing**

**3 Cr.**

Analytical survey of problems encountered in distributing goods and services from a marketing-management approach with emphasis on the consumer and the social responsibility of the marketer.

#### **MKGT 245 Services Marketing**

**3 Cr.**

An overview of the process of marketing services. This course includes a study of the characteristics of services and their marketing implications, developing marketing strategies, creating value, pricing and promoting the service performance, and ensuring a positive customer experience.

#### **MKTG 250 Electronic Marketing**

**3 Cr.**

An overview of electronic marketing development and its impact on marketing transactions and management of organizations. Topics covered include e-marketing as an economic and strategic approach; business to business and business to consumer e-marketing; management of an e-marketing project; and financial, legal, and security issues.

#### **MKTG 260 Marketing Communication**

**3 Cr.**

An overview of promoting manager integrated marketing communication. Topics Covered include behavioral foundations of marketing communications, environmental influence on marketing communications and promotion management process and its execution. *Pr: MKTG 101, 245.*

#### **MKTG 300 Professional Selling and Sales Management**

**3 Cr.**

An overview of selling and sales management. Topic covered include sales management functions and strategies, developing the selling function, sales goals and structure, building a sales program, and leading and motivating the sales force. *Pr: MKTG 260.*

- MKTG 350 Retailing** **3 Cr.**  
 This course examines the opportunities and problems faced by marketers in contemporary retail formats. The principle issues involved in retailing are explored, including store location and layout, merchandise planning, buying and selling, category management, and coordination of store activities. Overall the course allows students to develop appropriate skills and knowledge for effective and efficient decision making in the contemporary retail environment.
- MKTG 360 Consumer Behavior** **3 Cr.**  
 A course that focuses on the customer as the key to market success. Topic covered include the roles of a customer, market values a customer seeks, determinants of customer behavior, the customer's mindset, customer decision-making and customer-focused marketing. (*senior level*).
- MKTG 375 International Marketing** **3 Cr.**  
 An overview of the scope and challenge of international marketing. Topics covered include the cultural environment of global markets, assessing global market opportunities, and developing and implementing global marketing strategies. *Pr: MKTG 250*.
- MKTG 380 Marketing Research** **3 Cr.**  
 A course that provides through coverage and various marketing research tools along an applied orientation including a systematic analysis of the steps comprising the marketing research process , starting with research problem definition and terminating with data collection, analysis and presentation . (*senior level*)
- MKTG 390 Training or Marketing Research Project** **3 Cr.**
- ACCT 101 Accounting I** **4 Cr.**  
 Application of accounting procedures to a single proprietorship including organization of ledgers, accounts, journals, financial statements, management of cash and inventories. The development of the accounting cycle, current assets, property, plant, and equipment and current liabilities are studied in detail.
- ACCT 102 Accounting II** **4 Cr.**  
 Application of accounting principles and procedures of proprietorships, partnerships, and corporations, including plant assets, depreciation, current liabilities, stockholders equity, long term obligations and financial statement. (*Pr: ACCT 101*)
- ACCT 210 Financial Accounting** **3 Cr.**  
 Introduction to accounting as the language of business. Emphasis on reasoning and logic of external reporting model. May include computer-based applications. (*Pr. ACCT102*)
- ACCT 450 International Accounting** **3 Cr.**  
 Designed to expose students to the international aspects of accounting and financial management. Includes discussion of some of the different financial accounting practices across countries; financial statement analysis in a global context, international auditing practices and procedures, international tax implications and the implications of operating within the regulations of the Foreign Corrupt Practices Act, the European Union, North American Free Trade Agreement and General Agreement on Tariffs and Trade.

**ECON 101 Microeconomics** **3 Cr.**  
Introductory microeconomic analysis. Competitive behavior of firms, price determination, efficiency in production and equity in distribution.

**ECON 102 Macroeconomics** **3 Cr.**  
Introductory macroeconomic analysis. Aggregate demand and supply, saving, investment, the level of employment and national income determination, monetary and fiscal policy. (*Pr: ECON 101*).

**MIS 360 e- Business** **3 Cr.**  
A detailed review and investigation of establishing, developing, and managing Web strategy in the e-Commerce and e-Business arena. A study of the critical elements essential to successful Web site implementation and management. Will apply the systems approach to examine some of the radically new business models emerging from Web based businesses.

**MIS 380 Feasibility Studies and Project Evaluation** **3Cr.**  
*Pr: 240, 250. (senior level.)*

**MGMT 101 Management** **3 Cr.**  
An overview of management functions, fundamental principles of organization behavior, individual differences, motivation and leadership for beginning management majors.

**MGMT 250 Employee Development** **3 Cr.**  
This is a senior level, seminar style course that is designed to expose students to employee training and development within an organization. Specially, it is designed to help students develop skills that will enable them to effectively design, implement, and evaluate training systems from an applied perspective. The course also sheds light on career planning and development as essential functions in maintaining competency.

**MGMT 260 Business Statistics** **3 Cr.**  
Statistical methods in business, including descriptive statistics, probability distributions, sampling, parameter estimation and hypothesis testing, correlation and simple linear regression, and chi square tests.

**MGMT 300 Business Law** **3 Cr.**  
Business Law I is a study of the fundamental principles of law as they apply in the business world such as Contract Law. The course examines legal rights and remedies, business torts and crimes, contracts, agency, employment, and negotiable instruments. This course covers the origins of the Lebanese legal system and sources of law; the law of tort; contract law; law of agency; consumer law, incorporating the Trade Practices Act; bankruptcy and its implications; intellectual property; and ethical issues in business. *Pr: ENGL 1*

**MGMT 320 Organizational Behavior** **3 Cr.**  
Behavior of individuals' style, social system analysis, motivation and communication. *Pr: MGMT 101.*

**MGMT 370 Public Relation** **3 Cr.**  
This course focuses on the communication between and individual or organization and the public to promote stakeholder acceptance and approval, students explore traditional and emerging components of the public relations process through mass media, as well as the needs of different types of business, such as corporations, non-profit organizations and government offices.

**MATH 210 Calculus and Applied Mathematics****4 Cr.**

Polynomial, rational, exponential and logarithmic functions, solution of systems of equations, trigonometric, circular and certain special functions.

**MATH 250 Linear Algebra****3 Cr.**

An explanation of the basic concepts of linear algebra. Topics include vector spaces, applications to line and plane geometry, linear equations, and matrices, as well as linear transformations, changes of basis, diagonalization, similar matrices, Jordan canonical forms, Eigen values, determinants, and quadratic forms. (Pr: Math 210).

**ENGL 101 English I****3 Cr.**

Provides instruction that focuses on writing skills, evaluating and explaining ideas, conducting library and Internet research, developing a research paper, and documenting research. Placement is based on assessment.

**ENGL 102 English II****3 Cr.**

Increases the writing and thinking skills developed in English 101; covers applying critical thinking and writing skills to a variety of academic assignments, including analyzing complex texts. Pr: ENGL 101.

**ENGL 300 Business and Professional Speaking****3 Cr.**

Development of communication skills often used in business and professional settings, with an emphasis on various kinds of presentations. Pr: ENGL 1,2.

**Computer Skills****3 Cr.**

Students will gain a general understanding of Windows, the most popular and widely used graphical user interface available today. Microsoft Windows allows you to easily communicate with and control your computer. In addition Microsoft Windows makes it easy to learn the application software installed on your computer, transfer data between the applications, and manage the data created while using an application.

**- المصارف الإسلامية:**

( ٣ ساعات معتمدة )

يتناول تاريخها وأبرز معوقات عملها وأبرز آليات المعتمدة وهيكلتها سواء لجهة المصارف أو الشركات المالية

**- فقه المعاملات:**

( )

يتناول المقرر نظرية العقد وأحكام عقد البيع والإجارة والوكالة والكفالة إضافة لأبرز البيوع الشائعة. كما يتناول المقرر أحكام الرهن والجعالة والحزالة والصلح والابراء والشراكة من وجوده وأبدان وغيرها .

**- الاقتصاد الإسلامي:**

( ساعات معتمدة )

يتناول المقرر أبرز النظريات العالمية ثم يستوفي أبرز مقومات النظرية الاقتصادية الإسلامية في الإنتاج والتوزيع والإستهلاك إضافة إلى أخلاقيات الإقتصاد الإسلامي.

**- المالية العامة في الإسلام:**

يتناول المقرر أحكام الخراج والغنى والغنائم وموارد الدولة وآليات علاج العجز في الميزانية والتضخم والتمويل وفق الرؤية الإسلامية والمقارنة إضافة لأحكام الضرائب والزكاة.

- **الثقافة الإسلامية(1):** ( )  
يهدف تدريس هذا المقرر لتمكين الطالب من التعرف إلى دين الإسلام وروح التشريع والأخلاق فيه والإلمام بما هو معلوم من الدين بالضرورة والإطلاع على شرائع الإسلام الحنيف ودفع الشبهات في مجال العقيدة والتشريع كما يتعرف الطالب على كيفية الالتزام في حياته العملية وفي سلوكه اليومي. وأيضاً يتعرف على كيفية ربط تعليم الإسلام الحنيف بإدارة الأعمال والأموال. وأخيراً يتعرف الطالب على المكتبة الإسلامية.
- **المصارف الإسلامية:** ( )  
يتناول تاريخها وأبرز معوقات عملها وأبرز آليات المعتمدة وهيكلتها سواء لجهة المصارف أو الشركات المالية
- **فقه المعاملات:** ( )  
يتناول المقرر نظرية العقد وأحكام عقد البيع والإجارة والوكالة والكفالة إضافة لأبرز البيوع الشائعة. كما يتناول المقرر أحكام الرهن والجمالة والحزلة والصلح والابراء والشراكة من شركة مضاربة ووجوه وأبدان وغيرها .
- **الاقتصاد الإسلامي:** ( )  
يتناول المقرر أبرز النظريات العالمية ثم يستوفي أبرز مقومات النظرية الاقتصادية الإسلامية في الإنتاج والتوزيع والإستهلاك إضافة إلى أخلاقيات الإقتصاد الإسلامي.
- **المالية العامة في الإسلام:**  
يتناول المقرر أحكام الخراج والغنى والغنائم وموارد الدولة وآليات علاج العجز في الميزانية والتضخم والتمويل وفق الرؤية الإسلامية والمقارنة إضافة لأحكام الضرائب والزكاة.
- **الثقافة الإسلامية(1):** ( )  
يهدف تدريس هذا المقرر لتمكين الطالب من التعرف إلى دين الإسلام وروح التشريع والأخلاق فيه والإلمام بما هو معلوم من الدين بالضرورة والإطلاع على شرائع الإسلام الحنيف ودفع الشبهات في مجال العقيدة والتشريع كما يتعرف الطالب على كيفية الالتزام في حياته العملية وفي سلوكه اليومي. وأيضاً يتعرف على كيفية ربط تعليم الإسلام الحنيف بإدارة الأعمال والأموال. وأخيراً يتعرف الطالب على المكتبة الإسلامية.
- **اللغة العربية (1):** ( ساعات معتمدة )  
تتضمن المادة نصوصاً تراثية ومعاصرة ، غنية بالمفردات اللغوية والأساليب البلاغية، المدعومة بتدريبات تحليلية نحوية ولغوية ، تعين الطالب على التمكن من المهارات اللغوية ( ) واستخدامها في ميادين الحياة بفاعلية ومه
- **الثقافة الإسلامية (2) :** ( )
- **لبنان والحضارة العربية الإسلامية :** ( )  
تتناول المادة الكيان اللبناني ونهائيته ودوره في المنطقة العربية والإسلامية و عطاءات أبنائه على مدى القرون وأهم رجالاته والتعريف بثقافة التعايش الوطني ومعرفة الجذور التاريخية للعائلات الروحية في لبنان .