

## نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي : نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف : 2024/ 1 / 28

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم معاون العلمي: ا.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 2024 / 1 / 28

التوقيع:

اسم رئيس القسم: ا.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 2024/ 1 / 28

دقق الملف من قبل :

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م. خلدون عبدالله خلف

التوقيع:

المدرس المساعد

خلدون عبد الله خلف

شعبة ضمان الجودة

التاريخ: 2024/ 1 / 28

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

## 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي. والعمل على إيجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

## 3. أهداف البرنامج

1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة إلى التطبيقات التسويقية الضرورية استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
7. العمل على إيفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
9. أن نكون مثلاً للتميز التسويقي في العراق.
10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

#### 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي؟ ومن اي جهة؟ كلا

#### 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

#### 6. هيكلية البرنامج

ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	9.4%	14	6	متطلبات المؤسسة
	18%	27	10	متطلبات الكلية
	72.6%	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

\* ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسيا او اختياري .

#### 7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى	
عملي	نظري				
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101	الأولى	
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102		
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103		
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104		
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105		
	2	لغة العربية	AEMM23_106		
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107		
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108		
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109		
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110		
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111		
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112		
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113		
	2	حقوق انسان وديمقراطية	AEMM23_114		
	3	تسويق خدمات (1)	AEMM23_201	الثانية	

	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الإدارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة
	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402	

2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM23_407
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

### المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
- التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.
- امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.
- ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.

### القيم

- ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.
- خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.
- النزاهة والشفافية.
- الجودة.
- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية.
- ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرق التقييم

1. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

## 11. الهيئة التدريسية

### أعضاء هيئة التدريس

اعداد الهيئة التدريسية		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	التخصص		الرتبة العلمية
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر
	ملاك		تثمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	م.د. ثائر جاسم محمد عفتان
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشيد سلمان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حميد نايف حميد
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م. موسى حمد محمد شيحان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. احمد حميد عيسى جاسم
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. مروان حسين عبد فرحان
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جميل
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م.م. حنان محمد ابراهيم جاسم

## التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
- 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
- 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
- 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية المستخدمة في القسم.
- 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين

## التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

1. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجالات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

## 12. معيار القبول

- 1- قبول مركزي.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
- 3- تعليم حكومي خاص

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الإلكتروني.
- 2- أوليات استحداث القسم.

## 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تطوير المناهج الدراسية.
- 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.



✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهلك	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (pre- intermediate)	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التطبيقات الإحصائية في التسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 2	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستراتيجيات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)	

\*يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر	
إدارة تسويق 2	
2. رمز المقرر	
AEMM23_109	
3. الفصل / السنة	
الكورس الثاني + المرحلة الاولى	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2024/1/28	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضورى داخل المحاضره مع استخدام برنامج الواتساب لتبليغات الطلبة.	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
المرحلة الاولى / 45 ساعة / عدد الوحدات (3)	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (أذا اكثر من اسم يذكر)	
م. سعد عجاج خلف م.م. أحمد حميد عيسى الاييميل: <a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a> الاييميل: <a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	
8. اهداف المقرر	
1. وضع تصور كامل لدى الطالب عن مادة مبادئ ادارة التسويق للمرحلة الاولى	اهداف المادة الدراسية
2. توفير وأعداد كوادر علمية رصينة تحاكي واقع ادارة التسويق.	
3. اشاعة المعرفة من خلال التعاون مع الاقسام المناظرة و الندوات والمؤتمرات	
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
1. توسيع مفهوم الطلبة حول موضوع التسويق.	الاستراتيجية
2. تعزيز التفكير لدى الطلبة بأهمية التسويق في حياتهم.	
3. اكساب الطلبة مهارات التي تمكنهم تحديث المعلومات لد	

### 10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	مفهوم المنتج	الفصل السادس المنتج	نظري	مناقشة
2	3	مفهوم الترويج	الفصل السابع الترويج	نظري	مناقشة
3	3	مفهوم السعر	الفصل الثامن السعر	نظري	مناقشة
4	3	مفهوم التوزيع	الفصل التاسع التوزيع	نظري	مناقشة
5	3	مفهوم التوزيع المادي	الفصل العاشر التوزيع المادي	نظري	امتحان الشهر الاول
6	3	مفهوم تسويق الخدمات	الفصل الحادي عشر تسويق الخدمات	نظري	مناقشة
7	3	المسؤولية الاجتماعية للتسويق	الفصل الثاني عشر المسؤولية الاجتماعية للتسويق	نظري	مناقشة
8	3	اخلاقيات التسويق	الفصل الثالث عشر أخلاقيات التسويق	نظري	امتحان الشهر الثاني

### 11. تقييم المقرر

تكون الدرجة من 100 درجة توزع كما يلي:

30 درجة منها توزع :

1. 10 درجات امتحان الشهر اول.
  2. 10 درجات امتحان الشهر الثاني.
  3. 5 درجات مشاركات داخل الصف.
  4. 5 درجات تحسب على الكوزات + حضور يومي.
- بينما يكون نهائي الفصل من 70 درجة.

### 12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)

كتاب الدكتور ثامر ياسر البكري في (مبادئ ادارة

المراجع الرئيسية (المصادر)

التسويق)	
التقارير	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية, التقارير...)
مواقع الانترنت	المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنت