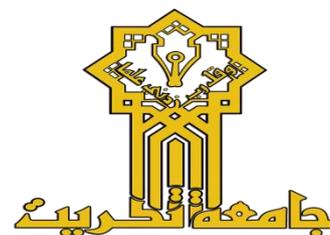


# University of Tikrit

جامعة تكريت



*First Cycle – Bachelor's degree (B.Sc.) – Department of Marketing Management*

بكالوريوس إدارة تسويق



## Table of Contents | جدول المحتويات

1. Mission & Vision Statement	بيان المهمة والرؤية
2. Program Specification	مواصفات البرنامج
3. Program (Objectives) Goals	أهداف البرنامج
4. Program Student learning outcomes	مخرجات تعلم الطالب
5. Academic Staff	الهيئة التدريسية
6. Credits, Grading and GPA	الاعتمادات والدرجات والمعدل التراكمي
7. Modules	المواد الدراسية
8. Contact	اتصال

### 1. Mission & Vision Statement بيان المهمة والرؤية

#### *Vision Statement* بيان الرؤية

إن نكون قسم بارز في إدارة التسويق من خلال إيجاد نظام للتعليم يتسم بالجودة والابداع في التعليم والبرامج الاكاديمية المواكبة للمستجدات والتطورات العلمية والفنية لتأهيل طلبة في تخصص التسويق وبما يكفل التنوع وتقديم البرامج النوعية لتوفير فرص عمل متميزة في سوق العمل المحلي وتحقيق التفوق في البحث العلمي والمساهمة في خدمة المجتمع.

#### *Mission Statement* بيان المهمة

لتعزيز المعرفة في إدارة التسويق وتطوير قادة يتمتعون بخصائص شمولية لتساند بها مؤسسات المجتمع المتنوعة وتطوير أدائها المؤسسي وتنميته من خلال تزويد الطلاب بقاعدة صلبة من المستويات الدراسية المعمقة لتحقيق أهدافهم وتطلعاتهم نحو حياة مهنية تتسم بالنجاح بما يتماشى مع المعايير العالمية للتخصص فضلاً عن التفوق بالبحث العلمي والمساهمة في خدمة المجتمع المحلي والعالمي.

## 2. مواصفات البرنامج Program Specification

Programme code:	BSc-ACC	ECTS	240
Duration:	4 levels, 8 Semesters	Method of Attendance:	Full Time

تعد إدارة التسويق من المواضيع الواسعة النطاق بشكل رائع وهي مجهزة جيداً لتقديمه. يركز البرنامج على الحاسبات بأكملها التي ترتبط به كل شيء، سواء كان ذلك على المستوى الفردي أو على المستوى شركات الخاصة أو الحكومية فضلاً عن الشركات الإقليمية. تحظى الدرجة العلمية بشعبية كبيرة - أو أن البعض يعتبرها اتساع نطاق الموضوع هو ما يجذبهم، بينما يعتبرها البعض الآخر طريقاً إلى التخصص. يتمتع جميع الطلاب بفرصة الانتقال إلى درجاتنا المتخصصة في التسويق والتدقيق والتكاليف والإدارية في نهاية السنة الأولى.

يُعرّف المستوى الأول الطلاب بأساسيات التسويق، وهو مناسب للتقدم إلى جميع البرامج ضمن مجموعة برنامج علم التسويق. تتم تغطية الموضوعات الأساسية الخاصة بالبرنامج في المستوى 2 للتحضير للوحدات المتخصصة في الموضوعات التي تقودها الأبحاث في المستويين 3 و4. ولذلك يتم تدريب خريج علم التسويق بالجامعة على تقدير كيفية قيام البحث بإرشاد التدريس، وفقاً لبيانات مهمة الجامعة والكلية.

في المستويات 2 و3 و4، يتمتع الطلاب بحرية اختيار أكثر من نصف وحداتهم الدراسية بشرط أن يتم اختيار مجموعة من الوحدات التي تعكس مدى تعقيد الدورة المحاسبية والحسابات بمختلف التخصصات، سواء كانت تخصص التسويق المالية والتدقيق أو الكلفة والإدارية والحكومية والنظام المحاسبي الموحد وغيرها من تخصصات التسويق المختلفة التي تلبي متطلبات سوق العمل، ومن المتوقع أن خريج قسم التسويق يحصل على المعرفة المتوقعة من خريج التسويق بكل فروعها وتخصصاتها. يتيح ذلك للطلاب تطوير اهتماماتهم واسعة النطاق في علم التسويق. يتم اتخاذ القرارات بشأن ما سيتم دراسته بمدخلات من التدريسين ذات القاب العلمية المتنوعة واختصاصهم المختلفة.

يتم تطوير روح البحث وتعزيزها منذ البداية من خلال التطبيقات العملية، والتي تكون إما مضمنة في وحدات المحاضرات أو يتم تدريسها في وحدات عملية مخصصة وندوات بحثية ودروس تعليمية. هناك دورة ميدانية إلزامية في المستوى 3، والتي يجب على الطلاب اجتيازها من أجل ضمان التخرج، وفي المستوى 4، يقوم جميع الطلاب بتنفيذ مشروع بحث مستقل، والذي قد يكون بمثابة مشروع بحثي مستقل. مكتبة اثنمانية XX أو مشروع تحليل بيانات، أو مشروع قائم على فرع من فروع التسويق.

يتم عقد الدروس الأكاديمية في المستويين 1 و2 مع نفس التدريسي، وهو أيضاً المعلم الشخصي، مما يوفر الاستمرارية والتوجيه التدريجي. تشمل البرامج التعليمية للمستوى الأول والثاني على عدد من ورش العمل لتعليم المهارات، على سبيل المثال. استخدام المكتبة ومهارات العرض، تليها تمارين تقييمية، على سبيل المثال. المقالات والمحادثات، كفرص لممارسة هذه المهارات في سياق موضوع محدد. يتم أيضاً تقديم السنوات الدولية والمواضع الصناعية وتتم مناقشة الاحتياجات الفردية مع التدريسي المناسب واستيعابها حيثما أمكن ذلك.

### 3. Program Objectives اهداف البرنامج

- تخرج طلبة في مجال إدارة التسويق وتقنياتها بعد تأهيلهم مهنيًا وتزويدهم بالمعرفة حول المفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري بما يناسب الحاجات الانية والمستقبلية لسوق العمل.
- رعاية الطلبة المتفوقين علمياً وتهيئتهم لإكمال دراستهم في مجال تخصصهم.
- الاسهام في خدمة المجتمع المحلي من خلال ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملئهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
- دعم وتفعيل الروابط مع القطاعين العام والخاص وذلك لمشاركتهم في بناء وتطوير مناهج القسم بحيث تتوافق مع متطلبات سوق العمل.
- عداد البحوث والدراسات المتخصصة مع التركيز على البحوث التطبيقية التي تقدم حلولاً للمشكلات التسويقية ...
- تخرج طلبة في مجال إدارة التسويق وتقنياتها بعد تأهيلهم مهنيًا وتزويدهم بالمعرفة حول المفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري بما يناسب الحاجات الانية والمستقبلية لسوق العمل.

### 4. Student Learning Outcomes مخرجات التعلم

- 1- المعرفة النظرية والعملية: اكتساب المعرفة الأحدث في مجال التسويق وتطبيقها بشكل عملي.
- 2- حل المشكلات: تطوير مهارات حل المشكلات التسويقية المختلفة.
- 3- الاتصال الفعال: تحسين مهارات الاتصال في مجالات التسويق المختلفة.
- 4- العمل الجماعي: تعزيز مهارات العمل الجماعي والتعاون.
- 5- المسؤوليات الأخلاقية والاجتماعية: فهم المسؤوليات الأخلاقية والاجتماعية المتعلقة بالعمل التسويقي.

#### Outcome 1

سيكون الخريجون قادرين على توضيح بنية التسويق بفروعها وتخصصاتها التي تلبي احتياجات ومتطلبات سوق العمل

#### Outcome 2

التواصل الشفهي والكتابي

سيكون الخريجون قادرين على توصيل نتائج الأنشطة التسويقية رسميًا باستخدام مهارات الاتصال الشفهية والكتابية.

#### Outcome 3

الدراسات الميدانية

سيكون الخريجون قادرين على إجراء الدراسات الميدانية، وبحث السوق، باستخدام التطبيقات وتكنولوجيا الكمبيوتر مع مراعاة بروتوكولات السلامة المناسبة.

## Outcome 4

### المعرفة العلمية

سيكون الخريجون قادرين على إظهار مفهوم متوازن لكيفية تطور المعرفة العلمية، بما في ذلك التطور التاريخي للنظريات والقوانين التأسيسية وطبيعة التسويق.

## Outcome 5

### تحليلات البيانات

سيكون الخريجون قادرين على إظهار المهارات الكمية العلمية، مثل القدرة على إجراء تحليلات بسيطة للبيانات.

## Outcome 6

### التفكير النقدي

سيكون الخريجون قادرين على استخدام مهارات التفكير النقدي وحل المشكلات لتطوير مشروع بحثي و/أو ورقة.

## 5. Academic Staff تدريسي القسم

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	إدارة أعمال	أستاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي	1.
<a href="mailto:may.h.abdullah@tu.edu.iq">may.h.abdullah@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة وسلوك تنظيمي	إدارة أعمال	أستاذ مساعد	ماجستير	مي حمودي عبد الله	2.
<a href="mailto:alikumait@tu.edu.iq">alikumait@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	إدارة أعمال	مدرس	دكتوراه	علي احسان عبد الكريم	3.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	إدارة أعمال	مدرس	دكتوراه	ثائر جاسم محمد	4.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة وسلوك تنظيمي	إدارة أعمال	مدرس	دكتوراه	فراس حسن رشيد	5.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	إدارة تسويق	إدارة الأعمال	مدرس	ماجستير	سعد عجاج خلف	6.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة وسلوك تنظيمي	إدارة أعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمد حميد نايف	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة وسلوك تنظيمي	إدارة أعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد	8.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	إدارة أعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu.iq">hanan.m.ibraheem@tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	إدارة أعمال	مدرس مساعد	ماجستير	حنان محمد ابراهيم	10
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	إدارة أعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش	11
<a href="mailto:anwar.g.noaman@tu.edu.iq">anwar.g.noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات	إدارة أعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري	12
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون اداري	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	13

## 14. Credits, Grading and GPA

### Credits

تتبع جامعة تكريت مسار بولونيا نظام الوحدات الاوربية (ECTS) ، اجمالي الوحدات المطبقة بالقسم 240 وحدة اوربية مقسم على 30 وحدة اوربية في كل فصل دراسي ، كل 1 وحدة اوربية تعال 25 ساعة عبء دراسي للطالب وتقسم هذه الساعات بين ساعات مجدولة وساعات غير مجدولة

### (Grading)

قبل التقييم، يتم تقسيم النتائج إلى مجموعتين فرعيتين: النجاح والرسوب. ولذلك، فإن النتائج مستقلة عن الطلاب الذين رسبوا في المقرر الدراسي. يتم تعريف نظام الدرجات على النحو التالي:

GRADING SCHEME				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks (%)	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب - قيد المعالجة	(45-49)	More work required but credit awarded
	F - Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
Note:				
سيتم تقريب الأرقام العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، بينما سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التغاضي عن " فشل التميرير القريب" لذا فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.				

### Calculation of the Cumulative Grade Point Average (CGPA)

1. The CGPA is calculated by the summation of each module score multiplied by its ECTS, all are divided by the program total ECTS.

CGPA of a 4-year B.Sc. degree:

$$CGPA = [ (1st^{th} \text{ module score} \times ECTS) + (2nd^{th} \text{ module score} \times ECTS) + \dots ] / 240$$

## 15. المنهج / الوحدات Curriculum/Modules

Semester 1 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request
MM-1101	Principles of Business Management	48	127	7.00	C	
MM-1102	Principles of Marketing Management	63	137	8.00	C	

MM-1103	principles of Accounting	48	102	6.00	B	
MM-1104	principles of economics	48	77	5.00	B	
UOT115	Human Right & Democracy	33	17	2.00	S	
UOT116	Arabic language	33	17	2.00	S	
	Total	<b>273</b>	<b>477</b>	<b>30.00</b>		

**Semester 2 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs**

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request
MM-1201	Fundamentals of Management	48	127	7.00	C	
MM-1202	Fundamentals of Marketing Management	63	137	8.00	C	
MM-1203	Principle of Statistics	48	77	5.00	C	
MM-1204	Green Economies Marketing	48	77	5.00	C	
UOT-125	Fundamentals of Computer Science	48	27	3.00	S	
UOT-126	English Language	33	17	2.00	S	
		288	462	30.00		

**Semester 3 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs**

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request

**Semester 4 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs**

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request

**Semester 5 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs**

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request

**Semester 6 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs**

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request

**Semester 7 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs**

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request

**Semester 8 | 30 ECTS | 1 ECTS = 25 hrs**

Code	Module	SSWL	USSWL	ECTS	Type	Pre-request

**Contact .16**

Program Manager:

**Firas F. Jedi** |Ph.D. in Finance | Assistant Prof.

Email: [Firasffj@tu.edu.iq](mailto:Firasffj@tu.edu.iq)

Mobile no.: 07748052652

Program Coordinator:

**Mohammed H. Nayef** | Masters of Business Administration | Assistant Prof.

Email: [mohammed.h.2022@tu.edu.iq](mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq)

Mobile no.:07702040601