نموذج وصف المقرر

| 1. اسم المقرر / العلاقات العامة التسويقية
 |
| --- |
|  |
| 1. رمز المقرر / العلاقات العامة التسويقية
 |
|  |
| 1. الفصل/ السنة / فصلي
 |
|  |
| 1. تاريخ اعداد هذا الوصف / 2023- 2024
 |
|  |
| 1. اشكال الحضور المتاحة /محاضرات مباشرة / تعليم الكتروني
 |
|  |
| 1. عدد الساعات الدراسي (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي ) 60
 |
|  |
| 1. اسم مسؤول المقرر الدراسي / د.جاسم طارش غضيب
 |
| الاسم : الايميل: drjassim.pr@comc.uobaghdad.edu.iq |
| 1. اهداف المقرر
 |
| **اهداف المادة الدراسية**  | 1. اعداد خريجين بمهارات نظرية وعملية لتلبية متطلبات سوق العمل

2-رفع سقف الطموحات لدى الطلبة في اكمال الدراسات العليا 1. تشجيع الطلبة على مواكبة التطور العلمي في حقل التخصص
 |
| 1. استراتيجيات التعليم والتعلم
 |
| الاستراتيجية  | 1. استراتيجية التعلم النشط
2. استراتيجية التشارك والمناقشة
3. التفكير والتحليل والاستقراء
4. استخدام الورش التدريبية
5. اعداد الاوراق العلمية والدراسات التطبيقية
 |
| 1. بنية المقرر
 |
| الاسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة أو الموضوع  | طريقة التعلم  | طريقة التقييم |
|  | 2 | المعرفة العلمية والالمام باصول التسويق | مفهوم التسويق ونشاته | نظري + عملي اللل  | **ت** **ياوميتبار** |
|  | 2 | التفريق والتمييز بين الاتصال والتسويق | خصائص الاتصال التسويقي | = |  |
|  | 2 | القدرة فلى الحقل التسويقي  | انواع التسويق في العلاقات العامة | = |  |
|  | 2 | تعلم اخلاقيات المهنة والسوق | اخلاقيات التسويق وحماية المستهلك | = |  |
|  | 2 | التعرف على طبيعة الاسواق | السوق والبيئة التسويقية | = |  |
|  | 2 | اجراء الدراسات التسويقية | بحوث السوق | = |  |
|  | 2 | تمييز معدلات نجاح التسويقالتسويق | اهداف ووظائف التسويق | = |  |
|  | 2 | التمييز بين الاعلان والتسويق | الاعلان والتسويق | = |  |
|  | 2 | اكتساب المهارات العمليةة | مهارات التسويق الفعال | = |  |
|  | 2 | استحداث مهنة جديدة  | وظائف المندوب التسويقي | = |  |
|  | 2 | توظيف العلامة التجارية في السوق | العلامة التجارية والتسويق | = |  |
|  | 2 | كيفية توظيف الوسيلة المناسبة  | وسائل الاتصال التسويقي | = |  |
|  | 2 | تنمية الخيال العلمي والابداعي | افكار تسويقية | = |  |
|  | 2 | زيادة الخبرات والمهارات | نماذج وتجارب عالمية في التسويق | = |  |
|  | 2 |  | امتحان الفصل الاول | = |  |
|  | 2 | تنمية الثقافة الرقمية  | مبادئ التسويق الرقمي  | = |  |
|  | 2 | التمييز بين العناصر وطرق استخامها  | المزيج التسويقي الرقمي  | = |  |
|  | 2 | معرفة الطرق الحديثة في الاعلام والتسويق الرقمي | تقنيات التسويق الرقمي | = |  |
|  | 2 | تنمية طرق التاثير في المستهلك | استراتيجيات التسويق الرقمي | = |  |
|  | 2 | استخدام الاتصالات عبر الانترنت | انواع الاتصالات الرقمية | = |  |
|  | 2 | تخطيط وتنفيذ الحملات عبر الانترنت | الحملات الالكترونية في التسويق | = |  |
|  | 2 | تنمية طرق بناء السمعة | تسويق الصورة الذهنية عبر الانترنت | = |  |
|  | 2 | تعلم طرقتسويق العلامة الرقمية | تسويق العلامة التجارية عبر الانترنت | = |  |
|  | 2 | طريقة حديثة للتسويق عبر المشاهير | التسويق عبر المؤثرين | = |  |
|  | 2 | كيفية استخدام ادوات الاتصال التسويقي عبر الانترنت | ادوات التسويق الرقمي | = |  |
|  | 2 | التعرف على التسويق السياسي | التسويق الرقمي في الحملات الانتخابية  | = |  |
|  | 2 | تعلم مهارات الاسويق العلمي  | التسويق الرقمي للانتاج العلمي  | = |  |
|  | 2 | تعلم مهارات التسويق التجاري | التسويق الرقمي للصناعات العراقية | = |  |
|  | 2 | تعلم مهارات التسويق الثقافي | التسويق الرقمي للثقافة العراقية | = |  |
|  |  |  | امتحان الفصل الثاني |  |  |
| 1. تقييم المقرر
 |
| 1. درجة الفصل الاول 20%
2. درجة الفصل الثاني 20%
3. درجة الامتحان النهائي 60%
4. اختبارات يومية
5. كتابة تقارير
6. امتحانات شفوية
7. اعداد مجلات وبرامج اعلامية
8. اجراء استطلاعات ميدانية
 |
| 1. مصادر التعلم والتدريس
 |
| الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية ان وجدت) | 1. خلف كريم كيوش – العلاقات العامة التسويقية
2. امال الحفناوي – التسويق الالكتروني
3. جاسم طارش العقابي – العلاقات العامة الالكترونية
 |
| المراجع الرئيسة (المصادر) | 1. فيليب كوتلر – الانتقال من التسويق التقليدي الى التسويق الرقمي
2. ثامر البكري – استراتيجيات التسويق
 |
| الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية ، التقارير ....) | 1. مجلة التسويق الالكتروني
 |
| المراجع الالكترونية ، مواقع الانترنيت | 1. موقع جمعية التسويق الامريكية
 |