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](mailto: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 | | | | |