**وزارة التعليم العالي والبحث العلمي**

**جهاز الاشراف والتقويم العلمي**

**دائرة ضمان الجودة والاعتماد الاكاديمي**

**استمارة وصف البرنامج الاكاديمي للكليات والمعاهد**

**الجامعة : بغداد**

**الكلية/ المعهد : كلية الادارة والاقتصاد**

**القسم العلمي: الادارة الصناعية**

**تاريخ ملء الملف:**

**التوقيع: التوقيع:**

**اسم رئيس القسم: اسم المعاون العلمي:**

**التاريخ: التاريخ:**

**دقق الملف من قبل**

**شعبة ضمان الجودة والاداء الجامعي**

**اسم مدير شعبة ضمان الجودة والاداء الجامعي:**

**التاريخ:**

**التوقيع:**

**مصادقة السيد العميد**

وصف البرنامج الاكاديمي

يوفر وصف البرنامج الاكاديمي هذا ايجازا مقتضيا لاهم خصائص البرنامج ومخرجات التعلم المتوقعه من الطالب تحقيقها مبرهنا عما اذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة ، ويصاحبه وصف لكل مقرر ضمن البرنامج

|  |  |
| --- | --- |
| الاسم | أ. شفاء محمد علي  م.د. ياسمين خضير عباس |
| 1-المؤسسة التعليمية | جامعة بغداد / كلية الادارة والاقتصاد |
| 2-القسم العلمي/المركز | قسم الادارة الصناعية |
| 3-اسم البرنامج الاكاديمي او المهني | مبادئ التسويق / مرحلة ثالثة / الفصل الاول |
| 4-اسم الشهادة النهائية | بكالويويس / الادارة الصناعية |
| 5-النظام الدراسي: سنوي/مقررات /اخرى | فصلي |
| 6-برنامج الاعتماد المعتمد |  |
| 7-المؤثرات الخارجية الاخرى |  |
| 8- تاريخ اعداد الوصف | 2021-2022 |
| 9- اهداف البرنامج الاكاديمي | 1. اكساب الطالب المعرفة المطلوبة في مجالات الادارة التسويق والتركيز على احدى اهم الفلسفات الادارية التي تتبناها منظمات الاعمال المعاصرة 2. الحصول على افضل السلع اللازمة للعملية الانتاجية لتحقيق الاهداف والجمع بين المواضيع النظرية المفاهيمية والكمية الرياضية لاهميتها في ادارة التسويق . |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 10- مخرجات البرنامج المطلوبة وطرائق التعليم والتعلم والتقييم | | | | | |
| 1. الاهداف المعرفية   أ1-  أ2- أ- المعرفة والفهم  أ1- فهم التسويق علميا وعمليا  أ3-  أ4-  أ5-  أ6- | | | | | |
| 1. الاهداف المهاراتية الخاصة بالبرنامج   ب1- مهارات خاصة في تشخيص نقاط القوة والضعف واستخدامها كسلاح تنافسي للمؤسسات الحكومية والمصانع .  ب2- يتعلم الطالب الدراسة والتحليل والتقييم من خلال المحاضرات المقدمة له تؤهله لفهم التسويق  ب3- | | | | | |
| طرائق التعليم والتعلم / محاضرات نظرية الكترونية والمناقشات الجماعية مع عرض لحالات دراسية واشراك الطلبة من خلال اجراء نقاش داخل المحاضرات الكترونيا . | | | | | |
|  | | | | | |
| طرائق التقييم / امتحانين في كل فصل دراسي فضلا عن المشاركات في المناقشات والامتحانات اليومية والالكترونية والواجبات البيتية . | | | | | |
|  | | | | | |
| ج- الاهداف الوجدانية والقيمية  ج1- الطريقة المباشرة في التفكير بالأستناد الى المنطق في ترتيب وتبويب الأفكار بناءاً على نماذج او معايير محددة مقدماً.  ج2- التفكير بالأستناد الى البحث عن مفاتيح لحلول المشكلة من بين مجموعة من المعلومات المتوافرة.  ج3-  ج4- | | | | | |
| طرائق التعليم والتعلم | | | | | |
| المحاضرات والمناقشات الجماعية والاجابة عن الاسئلة التي تطرح داخل القاعة الدراسية الالكترونية لتحفيز الطلبة على التنافس بينهم مع تحضير الواجبات البيتية . | | | | | |
| طرائق التقييم / اضافة علامة تقييم لكل فكرة مبدعة | | | | | |
| د- المهارات العامة والتاهيلية المنقولة (المهارات الاخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي)  د1- ‘تمنح الطالب قابلية فهم والتحليل التي بدورها تؤهله بعمله مستقبلا  د2- القدرة على اتخاذ القرار  د3-  د4- | | | | | | |
| طرائق التعليم والتعلم | | | | | | |
|  | | | | | | |
| طرائق التقييم | | | | | | |
| امتحانات الكترونية عبر الكوكل ميت والكوكل كلاسروم | | | | | | |
| 11- بنية البرنامج / | |  | | | | |
| المرحلة الدراسية | رمز المقرر او المساق | | اسم المقرر او المساق | الساعات المعتمدة | | |
| المرحلة الثالثة | الفصل الاول | | مبادئ التسويق |  |  | |
|  |  | |
| 1 |  | | مدخل مفاهيمي | **3** |  | |
| 2 |  | | تحليل swot | **3** |  | |
| 3 |  | | **مفهوم اهميته خصائصه** | **3** |  | |
| 4 |  | | **رسالة واستراتيجيات ادارة الموارد البشرية** | **3** |  | |
| 5 |  | | مفهوم اهداف قواعد | **3** |  | |
| 6 |  | | **مفهوم انواع المستهلكين** | **3** |  | |
| 7 |  | | **مفهوم التصنيفات الزيج دورة حياة المنتوج** | **3** |  | |
| 8 |  | | **مفهوم اهداف** | **3** |  | |
| 9 |  | | **علاقة السعر بباقي عناصر السعر** | **3** |  | |
| 10 |  | | **اهداف التسعير طرق تحديد الاسعار** | **3** |  | |
| 11 |  | | **مفهوم اهداف اجراءات** | **3** |  | |
| 12 |  | | **المزيج الترويجي** | **3** |  | |
| 13 |  | | **الاعلان البيع الترويج** | **3** |  | |
| 14 |  | | **مفهوم اهمية تعريف اهمية** | **3** |  | |
| 15 |  | | **انواع قنوات البيع تصميم قنوات البيع** | **3** |  | |
|  |  | |  |  |  | |

|  |
| --- |
| 12- التخطيط للتطور الشخصي |
|  |
| 13- معيار القبول (وضضع الانظمة المتعلقة بالالتحاق بالكلية او المعهد) |
|  |
| 14- اهم مصادر المعلومات عن البرنامج / |