

ادارة التسويق ١					
٢. رمز المقرر					
MM212BM118					
٣. الفصل / السنة					
مرحلة ثانية/الفصل الدراسي الاول/٢٠٢٣-٢٠٢٤					
٤. تاريخ إعداد هذا الوصف					
٢٠٢٤/٩/١					
٥. أشكال الحضور المتاحة					
قاعة دراسية					
٦. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)					
٣ ساعات كل اسبوع					
٧. اسم مسؤول المقرر الدراسي (أ.د.سعدون حمود جثير الربيعاوي ، ا.م.د. سارة علي سعيد العامري)					
الاسم: أ.د.سعدون حمود جثير الأيميل : saadon_m@coadec.uobaghdad.edu.iq					
الاسم: ا.م.د. سارة علي سعيد العامري الأيميل : dr.sarah_ali@coadec.uobaghdad.edu.iq					
٨. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية			تمكين الطالب من التعامل مع معطيات بيئة الاعمال التسويقية المعاصرة. تعزيز قدرة الطالب في معرفة ماهية التسويق وادارته وعناصر المزيج التسويقي والانظمة المعاصرة للتسويق تعزيز قدرات الطالب في مجال فهم الاسواق والاستراتيجيات التسويقية. امتلاك الطالب لمعرفة كيف في مجال تطوير خطة تسويقية تسهم في تحقيق تسويق الافراد والمنتجات والمشاريع .		
٩. استراتيجيات التعلم والتعليم					
الاستراتيجية			محاضرات، واجب بيتي، حالات دراسية، حلقات نقاشية، لعب أدوار. تطوير مهارات التفكير التحليلي وتطوير مهارات التفكير الإبداعي. تطوير مهارات الاقناع والحوار، تطوير مهارات القيادة والتأثير، تطوير مهارات العمل الجماعي.		
١٠. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
١	٣	التعرف و فهم المفاهيم الاساسية للتسويق	-التوجهات الفلسفية للتسويق -ماهية التسويق وتعريفه -اهمية واهداف التسويق . - مداخل دراسة التسويق	محاضرة مع مناقشات	مناقشات مع امتحان فصلي
٢	٣	فهم المفاهيم الاساسية للبيئة التسويقية وتشخيصها والاستجابة لمتغيرات البيئة التسويقية	-البيئة التسويقية	محاضرة مع مناقشات و حالة دراسية	مناقشات مع امتحان فصلي
٣	٣	فهم نظام المعلومات التسويقي وكيفية انشاء ذلك النظام	- نظام المعلومات التسويقي	محاضرة مع مناقشات و واجب بيتي	مناقشات مع امتحان فصلي
٤	٣	معرفة مكونات نظام المعلومات التسويقي وكيفية الافادة منه	-مكونات نظام المعلومات التسويقي	محاضرة مع مناقشات و امثلة سياسات تسعير عالمية	مناقشات مع امتحان فصلي

مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة مع مناقشات وحالة دراسية	مفهوم واهمية واهداف نظام بحوث التسويق	فهم نظام بحوث التسويق	٣	٥
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة وحالة دراسية	اليات وطرائق بحوث اسوق	معرفة كيفية الحصول على التغذية العكسية وردود افعال الزبائن	٣	٦
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة وواجب بيتي	-المفاهيم الاساسية لتجزئة السوق وتحديد الاسواق المستهدفة .	فهم تجزئة السوق واستهدافه	٣	٧
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة	- المفاهيم الاساسية للمنتجات -دورة حياة المنتج -اسباب فشل المنتجات	فهم المفاهيم الخاصة بتخطيط المنتج	٣	٨
امتحان ١ للفصل الاول				٣	٩
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة وحالة دراسية	-مفهوم واهمية وخصائص الخدمات -الفرق بين السلع والخدمات	معرفة المفاهيم الخاصة بالخدمات التسويقية	٣	١٠
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة وحالة دراسية	-مفهوم وتعريف الترويج	معرفة المبادئ الاساسية للترويج	٣	١١
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة وحالة دراسية	-عناصر المزيج الترويجي	فهم المبادئ الاساسية للترويج	٣	١٢
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة وحالة دراسية	-استراتيجيات السحب والدفع	معرفة استراتيجيات جذب الزبائن و الحفاظ عليهم	٣	١٣
مناقشات مع امتحان فصلي	محاضرة ومناقشة وحالة دراسية	-كيفية اعداد ميزانية الترويج	فهم المبادئ الاساسية للترويج	٣	١٤
امتحان ٢ فصل اول				٣	١٥
١١. تقييم المقرر					
توزيع الدرجة من ١٠٠ على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير الخ ٤٠ درجة يومي ومشاركات وامتحانات + ٦٠ درجة امتحان تحريري نهاية الكورس					
١٢. مصادر التعلم والتدريس					
-ادارة التسويق للمؤلف الاستاذ الدكتور سعدون حمود جثير واخرون ، ٢٠٢٤			الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)		
- كتاب ملخص افكار كوتلر ٢٠٢٤ تأليف د. حسين لازم			المراجع الرئيسية (المصادر)		
Harvard business school			الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير....)		
المجلات الاكاديمية العراقية			المراجع الإلكترونية ، مواقع الانترنت		

نموذج وصف المقرر