



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جهاز الإشراف والتقويم العلمي
دائرة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي
قسم الاعتماد الدولي

نموذج وصف المقرر

مراجعة أداء مؤسسات التعليم العالي ((مراجعة البرنامج الأكاديمي))

يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنياً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

جامعة الموصل	1. المؤسسة التعليمية
كلية الادارة والاقتصاد/قسم نظم المعلومات الادارية	2. القسم الجامعي / المركز
نظم المعلومات التسويقية والتجارة الالكترونية / AEMI14_F205	3. اسم / رمز المقرر
برنامج بكالوريوس نظم المعلومات الادارية	4. البرامج التي يدخل فيها
حضور الزامي	5. أشكال الحضور المتاحة
سنوي	6. الفصل / السنة
3 ساعات	7. عدد الساعات الدراسية (الكلي)
	8. تاريخ إعداد هذا الوصف
9. أهداف المقرر:	
تعريف الطلبة بمفهوم التسويق ونظم المعلومات التسويقية بالإضافة إلى تعريف الطلبة بمفهوم التجارة الالكترونية ومرآحل تطورها وإكساب الطلبة المهارات الحاسوبية في التسويق ونظم المعلومات التسويقية	

10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ. طرائق التعليم والتعلم

ب. طرائق التقييم

ج. مهارات التفكير

د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي)





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جهاز الإشراف والتقويم العلمي
دائرة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي
قسم الاعتماد الدولي

11. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / المساق أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
1			مقدمة عن المادة		
2			مدخل إلى دراسة التسويق (المفهوم والأهمية وعمليات التسويق)		
3			منافع التسويق ومراحل تطور إدارة التسويق		
4			المزيج التسويقي (المنتج – التسعير)		
5			المزيج التسويقي (الترويج – التوزيع)		
6			النظام التسويقي والبيئة التسويقية (التحليل البيئي - عوامل البيئة الداخلية)		
7			النظام التسويقي والبيئة التسويقية: (المنافسة – العوامل التكنولوجية والاقتصادية)		
8			النظام التسويقي والبيئة التسويقية: (العوامل الاجتماعية – القوانين – التمدن)		
9			إمتحان		
10			نظم المعلومات التسويقية (مدخل مفاهيمي) + الأهمية + الأهداف		
11			عناصر نظام المعلومات التسويقية		
12			مكونات نظم المعلومات التسويقية		
131			مكونات نظم المعلومات التسويقية		
41			إمتحان		
15			الموقع التنظيمي لنظام المعلومات التسويقية		

		الهيكل التنظيمي لنظام المعلومات التسويقية			16
		المجالات التطبيقية لنظم المعلومات التسويقية			17
		دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات (المنتج)			18
		دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات (التسعير)			19
		دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات (الترويج)			20
		دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات (التوزيع)			21
		إمتحان			22
		التجارة الإلكترونية (مدخل مفاهيمي)			23
		مراحل تطور - فئات التجارة الإلكترونية			24
		سمات وخصائص التجارة الإلكترونية			25
		أهداف، فوائد، معوقات التجارة الإلكترونية			26
		العوامل التي ساهمت في إزدهار التجارة الإلكترونية			27
		مبررات التسويق عبر الانترنت			28
		استخدامات التسويق عبر الانترنت + إمتحان			29
		تطبيقات الحاسوب في التسويق			30





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جهاز الإشراف والتقييم العلمي
دائرة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي
قسم الاعتماد الدولي

12. البنية التحتية	
<p>- مبادئ التسويق (ابي سعيد الديوه جي) و(رضوان محمود العمر)، التجارة الالكترونية (جاري شنايدر)، تطبيقات الحاسوب في التسويق (زكريا أحمد عزام، نضال محمود الرمحي).</p> <p>- الانترنت، الرسائل والأطاريح والبحوث الجامعية</p>	<p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ كتب المقرر▪ أخرى
	متطلبات خاصة
	الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية)



13. القبول	
	المتطلبات السابقة
25	أقل عدد من الطلبة
60	أكبر عدد من الطلبة