

مرفق 1-1

جامعة الموصل – كلية الإدارة والاقتصاد – قسم إدارة التسويق

2021/2022

الرؤية

جودة في التعليم والتعلم والبحث العلمي وتقديم خدمة تسويقية متميزة للقطاعين العام والخاص بالاعتماد على تقانة المعلومات المتقدمة ومعايير التصنيف العالمية والإقليمية إضافة الى مواكبة التغيرات العالمية في التجارة والتسويق ، كذلك التميز في البحوث العلمية ونشرها في المستوعبات العالمية وخدمة المجتمع بما يعمل على النهوض بالاقتصاد العراقي .

Vision

Teaching ,Learning and Scientific research quality and providing a distinct marketing service for the public and private sectors depending on advanced information technology and international and regional ranking , to achieve advanced countries levels Adding to that ,the Superiority in Scientific research and publishing them in international Journals and Community service to advance the Iraqi economy

الرسالة

ايجاد بيئة تعليمية تمكن الطلاب من اكتساب المعرفة والمهارات اللازمة للأنشطة والفعاليات التسويقية بما يخدم المجتمع العراقي ، إضافة الى تقديم برنامج اكاديمية متميزة ومعتمدة على تقانات المعلومات المتقدمة بما يؤهل خريجي القسم للعمل في الاسواق العالمية والاقليمية والمحلية بكفاءة عالية ومهارات تسويقية تؤهلها للخوض في ضمار السوق وتحدياته

Mission

To create an educational environment that enables students to acquire required knowledge and skills for marketing activities and events in scientific methods as well as knowledge marketing service for the community in the light of current changes in the work environment ,and to present excellent academic program depending on advanced information technology that qualifies the department gradutors to work in global, regional and local markets ,effectively by using marketing skills which qualified them to employ their skills in local markets and facing the Challenges of the markets

مرفق 1-1

جامعة الموصل – كلية الإدارة والاقتصاد – قسم إدارة التسويق
2021/2022

الاهداف

1. اعداد كوادر مؤهلة في تخصص علوم ادارة التسويق، تتمتع بالمعارف والمهارات والقدرات اللازمة بمستوى يتوافق مع احتياجات سوق العمل، بحيث تساعد الخريجين بالحصول على فرص العمل المناسبة، وبما يخدم القطاعين العام والخاص.
2. خدمة العملية الإنتاجية والتسويقية من خلال الكوادر القادرة على دراسة السوق وتحليله وتحديد الحاجات والرغبات ومحاولة تلبيتها.
3. تنمية قدرات الطلبة لتتواكب مع تقانة المعلومات وممارسات التسويق المتجددة في بيئة الاعمال.
4. تحقيق مستويات متميزة من التدريس، وتدريس مفردات ذات متطلبات عالية، وممارسة الإرشاد الأكاديمي والعملي، والتعاون مع المنظمات ذات التوجه الأكاديمي والعملي.
5. بناء شراكة استراتيجية بين القسم ومجتمع الأعمال، بما ينعكس على دعم برامج القسم، وتوظيف الطلاب بعد تخرجهم.
6. تنمية قدرات الطلاب على بحث وتحليل وتشخيص المشاكل التسويقية والقدرة على حلها، ووضع الخطط والاستراتيجيات والبرامج التنفيذية على أسس علمية سليمة باستخدام التقنيات الحديثة.
7. الارتقاء بالواقع العلمي لطلاب قسم ادارة التسويق لمواكبة معايير التصنيف العالمية والاقليمية.
8. التركيز على إجراء البحوث العلمية، والدراسات التطبيقية المتقدمة، من خلال توظيف المعارف والمهارات التي تعلمها الطالب في كافة تخصصات السوق.
9. مشاركة الخبرات للتدريسين والطلبة بما يخدم المنظمات العامة والخاصة في الابداع التسويقي.
10. تقديم الاستشارة الى فئات المجتمع بما يحقق النشاط التسويقي العائلي او الفردي.
11. تنظيم المؤتمرات والندوات العلمية وحلقات النقاش وورش العمل في مجالات التسويق لتبادل الخبرات المحلية والأجنبية والوقوف على التطورات العلمية المعاصرة في التسويق.

Objectives

1. Preparing of qualified staff in marketing specialization which characterized with the necessary knowledge, skills and abilities that compatible with labor market needs, in which way that helps graduates students to get an appropriate work, and serving both of public and private sectors.

مرفق 1-1

جامعة الموصل – كلية الإدارة والاقتصاد – قسم إدارة التسويق

2021/2022

2. Serving the producing and marketing operations through staffs which have the capability to surveying, analyzing and determining needs and wants and trying to satisfying them.
3. Developing of student's capabilities to cope with the information technology and renewable marketing practices in business environment.
4. Achieving to distinctive levels of teaching, teaching vocabularies that requires a high requirement, practicing practical and academic guidance, and cooperating with academic and practical-oriented organizations.
5. Building a strategic partnership between the department and the business community, that reflected on supporting of department programs and employing the students after graduation.
6. Developing of students' capabilities to search, analyze and diagnosing of marketing problems and the ability to solve them, for their more, developing plans, strategies and operational programs based on scientific modern technologies.
7. Upgrading the scientific reality for Marketing Management Department students to keep pace with international and regional classification standards.
8. Focusing on scientific research and advanced applicable studies, throughout the use of knowledge and skills which the students learn in all marketing specialization.
9. Sharing of teachers and students' experiences to serve public and private organizations in marketing creativity.
10. Providing counseling to the community groups to achieve familial and individual marketing.
11. Making conferences, scientific seminars, panel discussions and workshops in the fields of marketing to exchange of local and foreign experiences and explore modern scientific developments in the field of marketing.