

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

استمارة وصف البرنامج الأكاديمي للكليات والمعاهد
للعام الدراسي 2021/2020



الجامعة : الموصل
الكلية /المعهد : الإدارة والاقتصاد
القسم العلمي : إدارة التسويق
تاريخ ملء الملف :

التوقيع :
اسم المعاون العلمي : أ.د. علاء عبد السلام يحيى
التاريخ :

التوقيع :
اسم رئيس القسم : أ.م.د. محمد محمود حامد
التاريخ :



مصادقة السيد العميد



دقق الملف من قبل
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي
اسم مديرشعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي:
/ /
التاريخ
التوقيع

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

استمارة وصف البرنامج الأكاديمي للكليات والمعاهد للعام الدراسي 2021/2020

الجامعة : الموصل
الكلية /المعهد : الإدارة والاقتصاد
القسم العلمي : إدارة التسويق
تاريخ ملء الملف :

التوقيع :
اسم المعاون العلمي :أ.د. علاء عبد السلام يحيى
التاريخ :

التوقيع :
اسم رئيس القسم : أ.م.د. محمد محمود حامد
التاريخ :

دقق الملف من قبل
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي
اسم مديرشعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي:
التاريخ / /
التوقيع

مصادقة السيد العميد

وصف البرنامج الأكاديمي

يوفر وصف البرنامج الأكاديمي هذا ايجازاً مقتضبياً لأهم خصائص البرنامج ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنأ عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة. ويصاحبه وصف لكل مقررضمن البرنامج

| | |
|--|-------------------------------------|
| 1. المؤسسة التعليمية | جامعة الموصل/كلية الإدارة والاقتصاد |
| 2. القسم العلمي / المركز | إدارة التسويق |
| 3. اسم البرنامج الأكاديمي او المهني | بكالوريوس في إدارة التسويق |
| 4. اسم الشهادة النهائية | بكالوريوس في علوم ادارة التسويق |
| 5. النظام الدراسي : | كورسات |
| سنوي /مقررات/اخرى | |
| 6. برنامج الاعتماد المعتمد | نظام الوحدات الدراسية |
| 7. المؤثرات الخارجية الأخرى | لا يوجد |
| 8. تاريخ إعداد الوصف | 2022 |
| 9. أهداف البرنامج الأكاديمي | |
| <p>1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم .</p> <p>2. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في مجالات التسويقية المختلفة .</p> <p>3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق .</p> <p>4. تنمية وتنشيط القدرات الإبداعية والتطبيقية في المجالات التسويقية المختلفة .</p> <p>5. تعزيز العلاقة مع منظمات المجتمع المحلي .</p> <p>6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي .</p> <p>7. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم .</p> <p>8. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها بهدف تنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية .</p> | |

9. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية .
10. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات .

10. مخرجات البرنامج المطلوبة وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ-الاهداف المعرفية.

- أ1- معارف مختلفة في مجال ادارة التسويق
 أ2- فهم الاتجاهات الحديثة الواجب تطبيقها في المجال التسويقي
 أ3- تعريف الطلبة بالمفاهيم التسويقية المعاصرة

ب-الاهداف المهاراتية الخاصة بالبرنامج:

- ب 1 - المهارات التقنية.
 ب 2 - المهارات الادارية
 ب 3 - المهارات التسويقية

طرائق التعليم والتعلم

محاضرات نظري وعملي، وتطبيقي، وواجبات يومية، والمناقشات.

طرائق التقييم

امتحانات، مهام، واجبات يومية، مناقشات، تقارير مختبرية، ومشروع تخرج

ج-الاهداف الوجدانية والقيمية:

- ج1- مهارة التخطيط.
 ج2- التفكير الابداعي
 ج3- ترسيخ المفاهيم التسويقية

طرائق التعليم والتعلم

المشاركة في الورش والندوات
 المشاركة في البرامج التدريبية

طرائق التقييم

- التحضيرات اليومية
 - الامتحانات الشفوية
 - التقارير
 - الامتحان الفصلي

- د-المهارات العامة والتأهيلية المنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي).
- د1- القدرة على العمل في فريق متعدد الاختصاصات.
- د2- القدرة على التواصل البناء.
- د3- المساهمة بحل المشكلات

طرائق التعليم والتعلم

التدريب الصيفي
الزيارة الميدانية
المشاركة في العمل التطوعي

طرائق التقييم

11. بنية البرنامج

| الساعات المعتمدة | | اسم المقرر أو المساق | رمز المقرر أو المساق | المرحلة الدراسية |
|------------------|------|-----------------------|----------------------|------------------|
| عملي | نظري | | | |
| | 3 | إدارة الأعمال 1 | AEMM23_101 | السنة الاولى |
| | 3 | إدارة التسويق 1 | AEMM23_102 | |
| 2 | 1 | إحصاء 1 | AEMM23_103 | |
| 2 | 1 | محاسبة مالية 1 | AEMM23_104 | |
| 2 | 1 | اقتصاد جزئي 1 | AEMM23_105 | |
| | 2 | لغة العربية | AEMM23_106 | |
| | 2 | Headway (Beginner) | AEMM23_107 | |
| | 3 | إدارة الأعمال 2 | AEMM23_108 | |
| | 3 | إدارة التسويق 2 | AEMM23_109 | |
| 2 | 1 | إحصاء 2 | AEMM23_110 | |
| 2 | 1 | محاسبة مالية 2 | AEMM23_111 | |
| 2 | 1 | اقتصاد كلي 2 | AEMM23_112 | |
| 2 | 1 | اساسيات الحاسوب | AEMM23_113 | |
| | 2 | حقوق انسان وديمقراطية | AEMM23_114 | |

| | | | | |
|---|---|---|------------|-----------------|
| | 3 | تسويق خدمات (1) | AEMM23_201 | المرحلة الثانية |
| | 3 | إمدادات التسويق | AEMM23_202 | |
| | 2 | المنتج | AEMM23_203 | |
| | 2 | التسعير | AEMM23_204 | |
| | 2 | الإدارة الإستراتيجية | AEMM23_205 | |
| 2 | 1 | أساليب كمية في التسويق | AEMM23_206 | |
| 2 | 1 | التطبيقات المكتبية (Word& PowerPoint) | AEMM23_207 | |
| | 3 | تسويق خدمات (2) | AEMM23_208 | |
| | 2 | التوزيع | AEMM23_209 | |
| | 2 | الترويج | AEMM23_210 | |
| | 2 | إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية | AEMM23_211 | |
| | 2 | إدارة المبيعات | AEMM23_212 | |
| | 2 | Headway (elementary) | AEMM23_213 | |
| 2 | 1 | التطبيقات المكتبية (Excel) | AEMM23_214 | |
| | 3 | التسويق العالمي | AEMM23_301 | المرحلة الثالثة |
| 2 | 1 | بحوث تسويق | AEMM23_302 | |
| | 2 | سلوك المستهلك | AEMM23_303 | |
| | 2 | إدارة المخاطر التسويقية | AEMM23_304 | |
| | 2 | Headway (pre-intermediate) | AEMM23_305 | |
| 2 | 1 | أساسيات الانترنت | AEMM23_306 | |
| | 3 | أنظمة معلومات تسويقية | AEMM23_307 | |
| | 2 | إدارة المعرفة التسويقية | AEMM23_308 | |
| | 2 | إدارة المنظمات التسويقية | AEMM23_309 | |
| | 2 | إدارة الجودة التسويقية | AEMM23_310 | |
| | 2 | إدارة التفاوض | AEMM23_311 | |
| | 2 | التطبيقات الإحصائية في التسويق | AEMM23_312 | |
| | 2 | مناهج البحث العلمي | AEMM23_313 | |
| | 3 | إدارة علاقات الزبائن | AEMM23_401 | |
| | 3 | دراسات تسويقية معاصرة (1) | AEMM23_402 | |
| 2 | 1 | قواعد البيانات التسويقية | AEMM23_403 | |
| | 2 | التسويق الزراعي | AEMM23_404 | |
| | 2 | التسويق الدوائي | AEMM23_405 | |
| | 2 | التسويق الرياضي | AEMM23_406 | |

| | | | |
|---|---|---|------------|
| | 2 | المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق | AEMM23_407 |
| | 3 | دراسات تسويقية معاصرة (2) | AEMM23_408 |
| | 3 | الاستراتيجيات التسويقية | AEMM23_409 |
| 2 | 1 | التسويق الالكتروني | AEMM23_410 |
| | 2 | التسويق السياحي والفندقي | AEMM23_411 |
| | 2 | Headway (intermediate) | AEMM23_412 |

12. التخطيط للتطور الشخصي

- مهارات التخطيط
- مهارات تنظيمية
- مهارات قيادية

13. معيار القبول (وضع الأنظمة المتعلقة بالالتحاق بالكلية أو المعهد)

القبول المركزي في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

14. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- دليل قبول الطالب الصادر من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
- موقع الجامعة الالكتروني
- موقع الكلية الالكتروني

| مخطط مهارات المنهج | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|---|--------------------------------|---|-------------------|---|------------------------|--|------------|-------------------------------|
| يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم | | | | | | | | | | |
| مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج | | | | | | | | | | |
| المهارات العامة والمنقولة (او) الاخري المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي | مهارات التفكير | | المهارات الخاصة بالموضوع | | المعرفة والفهم | | اساسي ام اختياري | اسم المقرر | رمز المقرر | السنة / المستوى |
| | | | | | | | | | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | إدارة الأعمال 1 | AEMM23_101 | الاولى / المستوى الاول |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | إدارة التسويق 1 | AEMM23_102 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | إحصاء 1 | AEMM23_103 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | محاسبة مالية 1 | AEMM23_104 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | اقتصاد جزئي 1 | AEMM23_105 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | لغة العربية | AEMM23_106 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | Headway (Beginner) | AEMM23_107 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | إدارة الأعمال 2 | AEMM23_108 | الاولى / المستوى الثاني |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | إدارة التسويق 2 | AEMM23_109 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | إحصاء 2 | AEMM23_110 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | محاسبة مالية 2 | AEMM23_111 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | اقتصاد كلي 2 | AEMM23_112 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | اساسيات الحاسوب | AEMM23_113 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | حقوق انسان وديمقراطية | AEMM23_114 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | تسويق خدمات (1) | AEMM23_201 | الثاني / المستوى الاول |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | إمدادات التسويق | AEMM23_202 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | المنتج | AEMM23_203 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | التسعير | AEMM23_204 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | الادارة الإستراتيجية | AEMM23_205 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | أساليب كمية في التسويق | AEMM23_206 | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | اساسي | التطبيقات المكتبية Word & (PowerPoint) | AEMM23_207 | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|-------|---|------------|-------------------------------|
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | تسويق خدمات (2) | AEMM23_208 | الثاني / المستوى الثاني |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التوزيع | AEMM23_209 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | الترويج | AEMM23_210 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | ادارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية | AEMM23_211 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | إدارة المبيعات | AEMM23_212 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | Headway (elementary) | AEMM23_213 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التطبيقات المكتبية (Excel) | AEMM23_214 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التسويق العالمي | AEMM23_301 | الثالثة |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | بحوث تسويق | AEMM23_302 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | سلوك مستهلك | AEMM23_303 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | ادارة المخاطر التسويقية | AEMM23_304 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | Headway (pre-intermediate) | AEMM23_305 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | أساسيات الانترنت | AEMM23_306 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | أنظمة معلومات تسويقية | AEMM23_307 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | ادارة المعرفة التسويقية | AEMM23_308 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | إدارة المنظمات التسويقية | AEMM23_309 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | ادارة الجودة التسويقية | AEMM23_310 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | إدارة التفاوض | AEMM23_311 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التطبيقات الإحصائية في التسويق | AEMM23_312 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | مناهج البحث العلمي | AEMM23_313 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | ادارة علاقات الزبائن | AEMM23_401 | الرابعة |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | دراسات تسويقية معاصرة (1) | AEMM23_402 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | قواعد البيانات التسويقية | AEMM23_403 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التسويق الزراعي | AEMM23_404 | |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التسويق الدوائي | AEMM23_405 | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|-------|---|------------|
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التسويق الرياضي | AEMM23_406 |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق | AEMM23_407 |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | دراسات تسويقية معاصرة (2) | AEMM23_408 |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | الاستراتيجيات التسويقية | AEMM23_409 |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التسويق الالكتروني | AEMM23_410 |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | التسويق السياحي والفندقي | AEMM23_411 |
| √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | اساسي | Headway (intermediate) | AEMM23_412 |



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 مبرهناتاً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|---|---|
| 1. المؤسسة التعليمية | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / جامعة الموصل |
| 2. القسم الجامعي / المركز | كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | مبادئ المحاسبة 1 / AEMM21_M104 |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | البرامج الميدانية والالكترونية |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة |
| 6. الفصل / السنة | 2021-2022 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلية) | 3 ساعات |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: | تهدف الى تعليم الطلبة بمبادئ المحاسبة وكيفية تسجيل القيود المحاسبية والتعرف على انواع السجلات المحاسبية وكيفية التسجيل والترحيل فيها وكيفية اعداد الموازنات من خلال البيانات المحاسبية ، وكيفية تصحيح الأخطاء المحاسبية ومعالجتها والاستفادة من هذه المعلومات في الحياة العملية . |
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم | |
| أ. طرائق التعليم والتعلم | المحاضرات والعرض التقديمي |
| ب. طرائق التقييم | الحضور اليومي ، الامتحانات اليومية ، الامتحانات الفصلية ، والواجبات ، والتقارير المطلوبة والبحوث |

| |
|--|
| ج. مهارات التفكير |
| القراءة والمتابعة والمطالعة والبحث الالكتروني |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقبالية التوظيف والتطور الشخصي) |
| تعريف الطالب بمبادئ المحاسبة وكيفية الاستفادة منها في كتابة القيود المحاسبية واعداد الموازنات والترحيل الى السجلات المحاسبية مما يخلق لديه خبرات معرفية قابلة للتطبيق في الواقع الفعلي وبما يخدم المجتمع |

| 11. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|------------------------|--|---------------|-----------------|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 3 | النظرية والميدانية | المحاسبة نظام للمعلومات | القاء ومشاركة | الاسئلة اليومية |
| 2 | 3 | النظرية | اسس تسجيل العمليات المالية | القاء ومشاركة | الاسئلة اليومية |
| 3 | 3 | تطبيقية | اسس تسجيل العمليات المالية | مشاركة | التطبيق العملي |
| 4 | 3 | نظرية | العمليات المالية الرأسمالية | القاء | الاسئلة اليومية |
| 5 | 3 | تطبيقية | العمليات المالية الرأسمالية | مشاركة | اختبار |
| 6 | 3 | تطبيقية | العمليات المالية الرأسمالية | تطبيق ومشاركة | الاسئلة اليومية |
| 7 | 3 | تطبيقية | العمليات المالية الرأسمالية | تطبيق ومشاركة | الاسئلة اليومية |
| 8 | 3 | نظرية | العمليات المالية الخاصة بالضاعة | القاء ومشاركة | الاسئلة اليومية |
| 9 | 3 | تطبيقية | العمليات المالية الخاصة بالضاعة | تطبيق ومشاركة | الاسئلة اليومية |
| 10 | 3 | تطبيقية | العمليات المالية الخاصة بالضاعة | تطبيق ومشاركة | اختبار يومي |
| 11 | 3 | نظرية | المعالجة المحاسبية للخصم | القاء ومشاركة | اسئلة |
| 12 | 3 | نظرية | المعالجة المحاسبية للشيكات والاوراق التجارية | القاء | اسئلة |
| 13 | 3 | تطبيقية | المعالجة المحاسبية للشيكات والاوراق التجارية | تطبيق | اسئلة |
| 14 | 3 | تطبيقية | المعالجة المحاسبية للشيكات والاوراق التجارية | تطبيق | اختبار يومي |

| | |
|---|---|
| 12. البنية التحتية | |
| رسائل الماجستير واطاريج الدكتوراه و الشبكة الدولية للمعلومات وكتاب مبادئ المحاسبة الطبعة الثانية منقحة ومزينة لعام 2000 تأليف مقدار احمد الجليلي، فؤاد سليمان زكو، محمد طاهر الشاوي | القراءات المطلوبة: ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهنناً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|---|---|
| 14. المؤسسة التعليمية | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / جامعة الموصل |
| 15. القسم الجامعي / المركز | كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة التسويق |
| 16. اسم / رمز المقرر | مبادئ المحاسبة 2 / AEMM21_M111 |
| 17. البرامج التي يدخل فيها | البرامج الميدانية والالكترونية |
| 18. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة |
| 19. الفصل / السنة | 2021-2022 |
| 20. عدد الساعات الدراسية (الكلية) | 3 ساعات |
| 21. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 22. أهداف المقرر: | |
| تهدف الى تعليم الطلبة بمبادئ المحاسبة وكيفية تسجيل القيود المحاسبية والتعرف على انواع السجلات المحاسبية وكيفية التسجيل والترحيل فيها وكيفية اعداد الموازنات من خلال البيانات المحاسبية ، وكيفية تصحيح الاخطاء المحاسبية ومعالجتها والاستفادة من هذه المعلومات في الحياة العملية . | |

| |
|--|
| 23. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ. طرائق التعليم والتعلم |
| المحاضرات والعرض التقديمي |
| ب. طرائق التقييم |
| الحضور اليومي ، الامتحانات اليومية ، الامتحانات الفصلية ، والواجبات ، والتقارير المطلوبة والبحوث |

ج. مهارات التفكير

القراءة والمتابعة والمطالعة والبحث الالكتروني

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

تعريف الطالب بمبادئ المحاسبة وكيفية الاستفادة منها في كتابة القيود المحاسبية واعداد الموازنات والترحيل الى السجلات المحاسبية مما يخلق لديه خبرات معرفية قابلة للتطبيق في الواقع الفعلي وبما يخدم المجتمع

24. بنية المقرر

| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
|---------|---------|------------------------|---|---------------|---------------|
| 1 | 3 | نظرية | ميزان المراجعة بالمجاميع والارصدة | القاء ومشاركة | اسئلة |
| 2 | 3 | تطبيقية | ميزان المراجعة بالمجاميع والارصدة | القاء ومشاركة | اسئلة |
| 3 | 3 | نظرية | الحسابات الختامية وقائمة الميزانية | القاء ومشاركة | اسئلة |
| 4 | 3 | تطبيقية | الحسابات الختامية وقائمة الميزانية | اتطبيق | اختبار يومي |
| 5 | 3 | نظرية | التسويات القيدية | القاء ومشاركة | اسئلة |
| 6 | 3 | تطبيقية | التسويات القيدية | تطبيق | اسئلة |
| 7 | 3 | تطبيقية | التسويات القيدية | تطبيق | اختبار يومي |
| 8 | 3 | نظرية | تصحيح الأخطاء المحاسبية (الطريقة المختصرة) | القاء | اسئلة |
| 9 | 3 | تطبيقية | تصحيح الأخطاء المحاسبية (الطريقة المختصرة) | تطبيق | اسئلة |
| 10 | 3 | نظرية | ميزان المراجعة المعدل (بعد التسويات وتصحيح الأخطاء) | القاء | اسئلة |
| 11 | 3 | تطبيقية | ميزان المراجعة المعدل (بعد التسويات وتصحيح الأخطاء) | تطبيق | اسئلة |
| 12 | 3 | تطبيقية | ميزان المراجعة المعدل (بعد التسويات وتصحيح الأخطاء) | تطبيق | اسئلة |
| 13 | 3 | نظرية | السجلات اليومية المساعدة | القاء ومشاركة | اسئلة |
| 14 | 3 | تطبيقية | السجلات اليومية المساعدة | تطبيق | مشاركة |

| | |
|---|---|
| 25. البنية التحتية | |
| رسائل الماجستير واطاريج الدكتوراه و الشبكة الدولية للمعلومات وكتاب مبادئ المحاسبة الطبعة الثانية منقحة ومزينة لعام 2000 تأليف مقدار احمد الجليلي، فؤاد سليمان زكو، محمد طاهر الشاوي | القراءات المطلوبة: ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 26. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهنًا عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|--|-----------------------------------|
| جامعة الموصل | 27. المؤسسة التعليمية |
| كلية الإدارة والاقتصاد موقع دهوك قسم إدارة التسويق | 28. القسم الجامعي / المركز |
| ادارة علاقات الزبائن AEMM21_M401 | 29. اسم / رمز المقرر |
| | 30. البرامج التي يدخل فيها |
| الحضور بالوقت المحدد وبوقت كامل | 31. أشكال الحضور المتاحة |
| 2022-2021 | 32. الفصل / السنة |
| 30 ساعة | 33. عدد الساعات الدراسية (الكلية) |
| | 34. تاريخ إعداد هذا الوصف |
| 35. أهداف المقرر: تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب لمفهوم إدارة علاقات الزبائن وأهميتها وأهدافها بالنسبة للمنظمة والزبائن وابعادها فضلا عن خصائصها | |
| تهدف الى تعليم الطلبة بمبادئ ادارة علاقات الزبائن وكيفية التعامل معه والية الاحتفاظ به وما هي الاستراتيجيات الخاصة التي تستطيع المنظمة اتباعها لغرض ديمومة العلاقة معه وتحقيق رضاه | |

36. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ. طرائق التعليم والتعلم

| |
|---|
| اختبارات يومية سريعة امتحانات شهرية خلال الفصل الواجبات البيتية |
| ب. طرائق التقييم |
| الامتحانات العملية الامتحانات التحريرية الواجبات البيتية السلوك |
| ج. مهارات التفكير |
| الاستماع الفعال نقد النفس تحليل المعلومات معلومات التركيز التذكر التنظيم |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |
| توسيع اطلاع الطالب على مصادر منهجية مختلفة المساهمة في ابداء الراي واحترام الاخرين |

37. بنية المقرر

| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
|---------|---------|------------------------|------------------------------------|---------------|---------------|
| 1 | 3 | المهارة | نشأة وتطور إدارة علاقات الزبائن | طرحا الأسئلة | اختبار عملي |
| 2 | 3 | الوجداني | مفهوم ومزايا إدارة علاقات الزبائن | طرقا لتقليدية | اختبار نظري |
| 3 | 3 | النفسي الحركي | مبررات تطبيق إدارة علاقات الزبائن | المناقشة | |
| 4 | 3 | المعرفي | أهمية واهداف إدارة علاقات الزبائن | طرحا الأسئلة | |
| 5 | 3 | المهارة | فوائد ومعوقات إدارة علاقات الزبائن | المجاميع | |
| 6 | 3 | الوجداني | ابعاد إدارة علاقات الزبائن | حل المشكلات | |

| | | | | | |
|--|---------------------|---|---------------|---|----|
| | التعاوني | مشاكل إدارة علاقات الزبائن | النفسي الحركي | 3 | 7 |
| | استخدام التكنولوجيا | عناصر إدارة علاقات الزبائن | المعرفي | 3 | 8 |
| | طرقا لتقليدية | عناصر إدارة علاقات الزبائن | المهارة | 3 | 9 |
| | المناقشة | تحديات وعوامل نجاح وفشل إدارة علاقات الزبائن | الوجداني | 3 | 10 |
| | طرحا الأسئلة | وظائف وانشطة إدارة علاقات الزبائن | النفسي الحركي | 3 | 11 |
| | المجاميع | الأنماط المخلفة للزبائن | المعرفي | 3 | 12 |
| | حل المشكلات | مراحل إدارة علاقات الزبائن | المهارة | 3 | 13 |
| | التعاوني | مراحل إدارة علاقات الزبائن | الوجداني | 3 | 14 |
| | استخدام التكنولوجيا | امتحان شهري | النفسي الحركي | 3 | 15 |
| | طرقا لتقليدية | تطبيق إدارة علاقات الزبائن | المعرفي | 3 | 16 |
| | المناقشة | الترابط بين إدارة علاقات الزبائن التشغيلية والتحليلية | المهارة | 3 | 17 |
| | طرحا الأسئلة | المعمارية التقنية ل إدارة علاقات الزبائن | الوجداني | 3 | 18 |
| | المجاميع | استخدام مستودع البيانات في دعم إدارة علاقات الزبائن | النفسي الحركي | 3 | 19 |
| | حل المشكلات | استخدام مستودع البيانات في دعم إدارة علاقات الزبائن | المعرفي | 3 | 20 |
| | التعاوني | مفهوم إدارة علاقات الزبائن الالكترونية | المهارة | 3 | 21 |
| | استخدام التكنولوجيا | مفهوم إدارة علاقات الزبائن الالكترونية | الوجداني | 3 | 22 |
| | طرقا لتقليدية | امتحان + مناقشة | النفسي الحركي | 3 | 23 |
| | المناقشة | الفرق بين CRM و e-CRM | المعرفي | 3 | 24 |
| | طرحا الأسئلة | فوائد وطرق تنفيذ E-CRM | المهارة | 3 | 25 |
| | المجاميع | فوائد ومعوقات تطبيق E-CRM | الوجداني | 3 | 26 |
| | حل المشكلات | مفهوم إدارة علاقات الزبائن الالكترونية | النفسي الحركي | 3 | 27 |
| | التعاوني | مفهوم إدارة علاقات الزبائن الالكترونية | المعرفي | 3 | 28 |

| | | | | |
|---------------------|-----------------------|----------|---|----|
| استخدام التكنولوجيا | الفرق بين CRM و e-CRM | المهارة | 3 | 29 |
| طرقا لتقليدية | مناقشة + أسئلة | الوجداني | 3 | 30 |

| | |
|--|--|
| 38. البنية التحتية | |
| <p>1- محمد عاصم ، تصميم مستودع البيانات لدعم إدارة علاقات الزبائن ، رسالة ماجستير ، 2010</p> <p>2- خالد زيدان ، انموذج مقترح للتجارة الالكترونية ودورها في تعزيز إدارة علاقات الزبائن ، ماجستير 2012</p> <p>3- يوسف حجيم سلطان الطائي ، هاشم فوزي ، 2009 ، إدارة علاقات الزبون ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع</p> | <p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| 1- تقارير علمية | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 39. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

نموذج وصف المقرر

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

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

| | |
|---|--|
| 1. المؤسسة التعليمية | جامعة الموصل |
| 2. القسم الجامعي / المركز | كلية الإدارة والاقتصاد موقع دهوك قسم إدارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | قواعد البيانات التسويقية AEMM21_M406 |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | برنامج Access |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | الحضور بالوقت المحدد وبوقت كامل |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 30 ساعة |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: يهدف المقرر الى التعرف بكيفية تصميم قاعدة البيانات التسويقية والتي يتضمن أنظمة دعم القرارات ، تحليل المعلومات التسويقية ، معالجة المشاكل التسويقية | |

| | |
|---|--|
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم | |
| أ. طرائق التعليم والتعلم | |
| اختبارات يومية سريعة | |
| امتحانات شهرية خلال الفصل | |
| الواجبات البيتية | |

| |
|---|
| عرض المحاضرات عن طريق data show الحلقات النقاشية |
| ب. طرائق التقييم |
| الامتحانات العملية الامتحانات التحريرية الواجبات البيتية السلوك |
| ج. مهارات التفكير |
| الاستماع الفعال نقد النفس تحليل المعلومات معلومات التركيز التذكر التنظيم |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقبالية التوظيف والتطور الشخصي) |
| توسيع اطلاع الطالب على مصادر منهجية مختلفة المساهمة في ابداء الراي واحترام الاخرين |

| 11. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|------------------------|---|--------------------------|---------------|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 3 | المهارة | التعريف بقواعد البيانات | جهاز عرض لوحة الكتابة | اختبار عملي |
| 2 | 3 | الوجداني | فوائد نظم قواعد البيانات | طرقا لتقليدية | اختبار نظري |
| 3 | 3 | النفسي الحركي | مكونات بيئة نظم قواعد البيانات | المناقشة | |
| 4 | 3 | المعرفي | مكونات نظام ادارة قواعد البيانات | طرحا الأسئلة | |
| 5 | 3 | المهارة | واجهات التفاعل ولغات قواعد البيانات | المجاميع | |
| 6 | 3 | الوجداني | هيكلية نظام إدارة قواعد البيانات | حل المشكلات | |
| 7 | 3 | النفسي الحركي | مقدمة تعريفية ببرنامج اكسس وطريقة التثبيت | التعاوني | |

| | | | | | |
|--|--------------------------|-------------------------------------|---------------|---|----|
| | استخدام التكنولوجيا | مكونات النفاذة الرئيسية | المعرفي | 3 | 8 |
| | جهاز عرض لوحة الكتابة | انشاء الجداول وخصائصها | المهارة | 3 | 9 |
| | طرقا لتقليدية | العلاقات في اكسس | الوجداني | 3 | 10 |
| | المناقشة | مفاتيح العلاقات / الجداول | النفسي الحركي | 3 | 11 |
| | طرحا الأسئلة | تحديد مقدار التشاركية | المعرفي | 3 | 12 |
| | المجاميع | أنواع الجداول والعلاقات في اكسس | المهارة | 3 | 13 |
| | حل المشكلات | قواعد البيانات العلانقية | الوجداني | 3 | 14 |
| | التعاوني | امتحان فصلي | النفسي الحركي | 3 | 15 |
| | استخدام التكنولوجيا | فرض التكامل المرجعي | المعرفي | 3 | 16 |
| | جهاز عرض لوحة الكتابة | الاستعلامات في اكسس | المهارة | 3 | 17 |
| | طرقا لتقليدية | انواع الاستعلام | الوجداني | 3 | 18 |
| | المناقشة | الاستعلام باستخدام الكود البرمجي | النفسي الحركي | 3 | 19 |
| | طرحا الأسئلة | الحقول المحوسبة داخل الاستعلام | المعرفي | 3 | 20 |
| | المجاميع | النماذج وطرق بنائها | المهارة | 3 | 21 |
| | حل المشكلات | تصميم النموذج يدويا | الوجداني | 3 | 22 |
| | التعاوني | التقارير في اكسس | النفسي الحركي | 3 | 23 |
| | استخدام التكنولوجيا | الماكرو | المعرفي | 3 | 24 |
| | جهاز عرض لوحة الكتابة | نموذج الكينونات والعلاقات | المهارة | 3 | 25 |
| | طرقا لتقليدية | تطبيقات عملية لقواعد بيانات تسويقية | الوجداني | 3 | 26 |
| | المناقشة | تصميم مشاريع من قبل الطلبة | النفسي الحركي | 3 | 27 |
| | طرحا الأسئلة | تصميم مشاريع من قبل الطلبة | المعرفي | 3 | 28 |
| | المجاميع | أسئلة ومناقشات عامة | المهارة | 3 | 29 |
| | حل المشكلات | امتحان فصلي | الوجداني | 3 | 30 |

| | |
|--|---|
| 12. البنية التحتية | |
| 1- موسوعة ICDL (الرخصة الدولية لقيادة الحاسوب) 2- شبكة الانترنت - تعليمات المساعدة الخاصة بالبرنامج | القراءات المطلوبة: ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| 1- حاسوب 2- عارض البيانات 3- أنظمة سابقة 4- تقارير علمية | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهناتاً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|--|---------------------------------------|
| 1. المؤسسة التعليمية | جامعة الموصل /كلية الادارة و الاقتصاد |
| 2. القسم الجامعي / المركز | ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | بحوث التسويق/AEMM21- M306 |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | تصميم البحوث التسويقية |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 3 |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: | |
| تهدف هذه المادة الي التعريف بمنهجية البحث التسويقي والتعامل مع المشاكل التسويقية في مجال التوزيع والترويج والتسعير ودور المعلومات التسويقية التي تقدمها بحوث التسويق لخدمة القرار التسويقي | |

| |
|---|
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ. طرائق التعليم والتعلم |
| القاء المحاضرة+ المناقشة وطريقة المشروع |
| ب. طرائق التقييم |
| اجراء الاختبارات+تقديم نماذج لمشاريع بحثية |

| |
|---|
| ج. مهارات التفكير |
| يكتسب الطاب القدرة على تحديد المشكلة التسويقية البحثية ووضع الفرضيات ومناقشة النتائج |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |
| يستطيع الطالب من خلال مادة بحوث التسويق توظيف قدراته المكتسبة في مجال اختصاصه والتغلب على اي مشكلة تسويقية عن طريق اجراء البحث التسويقي |

11. بنية المقرر

| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
|---------|---------|--|--|---------------|-------------------|
| 1 | 3 | التعرف على مفهوم و انواع واهمية بحوث التسويق | مفهوم بحوث التسويق | محاضرة | امتحان |
| 2 | 3 | تعريف الطالب بانواع بحوث التسويق | انواع بحوث التسويق | محاضرة | امتحان |
| 3 | 3 | التعرف على انواع بيئة بحوث التسويق | البيئة العامة والبيئة الخاصة | محاضرة | امتحان |
| 4 | 3 | تعريف الطالب بكيفية جمع البيانات | طرق جمع المعلومات | محاضرة | اعطاء نماذج عملية |
| 5 | 3 | كيفية تصميم استمارة الاستبيان | استمارة الاستبيان | محاضرة | التصميم العملي |
| 6 | 3 | التعرف على طرق المقابلات التسويقية | المقابلات | محاضرة | امتحان |
| 7 | 3 | تعريف الطالب بمفهوم العينة وما هي انواعها | انواع العينات | محاضرة | امتحان |
| 8 | 3 | تعريف الطالب بكيفية تحديد حجم العينة | طرق وساليب تحديد حجم العينة | محاضرة | امتحان |
| 9 | 3 | انواع العينات | انواع العينات | محاضرة | امتحان |
| 10 | 3 | كيفية القياس في بحوث التسويق | القياس في بحوث التسويق | محاضرة | نماذج عملية |
| 11 | 3 | التعرف على مستويات القياس | مستويات القياس | محاضرة | نماذج عملية |
| 12 | 3 | تعريف الطالب بمفهوم تصميم بحوث التسويق | مفهوم تصميم بحوث التسويق | محاضرة | نماذج عملية |
| 13 | 3 | اعطاء الطالب نبذة عن بعض اخطاء تصميم البحوث | اخطاء تصميم الدراسات والبحوث التسويقية | محاضرة | نماذج عملية |
| 14 | 3 | تحليل البيانات | تحليل البيانات | محاضرة | نماذج عملية |

| | | | | | |
|-------------|--------|----------------|--|---|----|
| نماذج عملية | محاضرة | التسويق الدولي | التعريف بالتسويق الدولي | 3 | 15 |
| نماذج عملية | محاضرة | بحوث ابتكار | تعريف الطالب ببحوث الابتكار والنظ الاستهلاكي | 3 | 16 |

| | |
|---|--|
| 12. البنية التحتية | |
| د.علي فلاح الزغي/2010/بحوث التسويق د.ناجي معلا/2006/بحوث التسويق | القراءات المطلوبة: <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| 42 | أقل عدد من الطلبة |
| 45 | أكبر عدد من الطلبة |

نموذج وصف المقرر

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

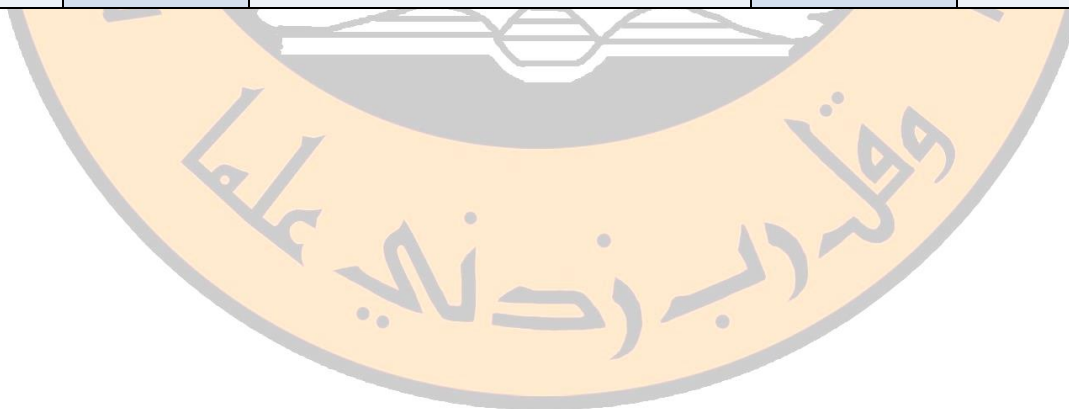
يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنناً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|---|---|
| 1. المؤسسة التعليمية | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/جامعة الموصل |
| 2. القسم الجامعي / المركز | كلية الادارة والاقتصاد/قسم ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | البرامج الميدانية والتعليم الالكتروني |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 6 ساعة |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: | |
| تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بالمصطلح الجديد للمسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق وهو مصطلح بديل عن التسويق التقليدي وتتضمن المادة مفهوم واهمية المسؤولية الاجتماعية فضلا عن كل ما يتعلق بتكامل المسؤولية الاجتماعية واستراتيجية المنظمة فضلا عن تحديد مسؤولية المنظمة تجاه اخلاقيات الاعمال وحماية المستهلك والمجتمع. | |
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم | |
| أ. طرائق التعليم والتعلم | |

| |
|---|
| المحاضرات والعرض التقديمي |
| ب. طرائق التقييم |
| الحضور اليومي الامتحانات اليومية الامتحانات الفصلية الواجبات والتقارير المطلوبة |
| ج. مهارات التفكير |
| القراءة والمتابعة والمطالعة والبحث الالكتروني |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |
| تعريف الطالب بموضوع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق وأهميته ونقل الخبرات المعرفية الى الواقع الفعلي من خلال التدريس النظري الى التطبيق الفعلي. |

| 11. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|------------------------|--|------------------|-----------------|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 2 | النظرية و الميدانية | مفهوم وتطور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 2 | 2 | النظرية و الميدانية | اهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 3 | 2 | النظرية و الميدانية | ابعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية للمنظمات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 4 | 2 | النظرية و الميدانية | عناصر ومعايير المسؤولية الاجتماعية للمنظمات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 5 | 2 | النظرية و الميدانية | مجالات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 6 | 2 | النظرية و الميدانية | اتجاهات وفوائد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 7 | 2 | النظرية و الميدانية | اهم العوامل الاجتماعية التي تؤدي الى اعتلال اخلاقية المسؤولية الاجتماعية | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 8 | 2 | النظرية و الميدانية | خطوات بناء برنامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 9 | 2 | النظرية و الميدانية | تكامل المسؤولية الاجتماعية واستراتيجية المنظمة | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 10 | 2 | النظرية و الميدانية | المفاهيم الاساسية للمسؤولية الاجتماعية | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 11 | 2 | النظرية و الميدانية | مسؤولية المنظمة تجاه المجتمع | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 12 | 2 | النظرية و الميدانية | مسؤولية المنظمة تجاه حماية المستهلك | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 13 | 2 | النظرية و الميدانية | مسؤولية المنظمة تجاه اخلاقيات الاعمال | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |

| | | | | | |
|-------------------|------------------|---|---------------------|---|----|
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المفهوم (الكلاسيكي , الاداري , البيئي) للمسؤولية الاجتماعية | النظرية و الميدانية | 2 | 14 |
| الاجابة النموذجية | اسئلة | امتحان فصلي | التقييم الفصلي | | 15 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الحجج المؤيد للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية | النظرية و الميدانية | 2 | 16 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | لحجج المعارضة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية | النظرية و الميدانية | 2 | 17 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المفهوم الاجتماعي للتسويق والمسؤولية الاجتماعية | النظرية و الميدانية | 2 | 18 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الانتقادات الموجه للتسويق الاجتماعي | النظرية و الميدانية | 2 | 19 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | معايير التسويق الاجتماعي | النظرية و الميدانية | 2 | 20 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | عوائق التسويق الاجتماعي | النظرية و الميدانية | 2 | 21 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الشروط الرئيسية لتحقيق المسؤولية التسويقية | النظرية و الميدانية | 2 | 22 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المسؤولية الاجتماعية للتسويق | النظرية و الميدانية | 2 | 23 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المعايير الاخلاقية في التسويق | النظرية و الميدانية | 2 | 24 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المشكلات الاخلاقية في التسويق | النظرية و الميدانية | 2 | 25 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | عناصر التسويق الاجتماعي | النظرية و الميدانية | 2 | 26 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | مزيج التسويق الاجتماعي | النظرية و الميدانية | 2 | 27 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | اهداف الحملات الترويجية الاجتماعية | النظرية و الميدانية | 2 | 28 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | اسباب فشل الحملات الاجتماعية | النظرية و الميدانية | 2 | 29 |
| الاجابة النموذجية | اسئلة | امتحان فصلي | التقييم الفصلي | | 30 |



| | |
|--|---|
| 12. البنية التحتية | |
| كتاب رسالة الماجستير واطراح الدكتوراة الشبكة الدولية للمعلومات | القراءات المطلوبة: ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

نموذج وصف المقرر

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

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

| | |
|---|---------------------------------------|
| 1. المؤسسة التعليمية | جامعة الموصل / كلية الادارة والاقتصاد |
| 2. القسم الجامعي / المركز | ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | التسويق العالمي |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | الحضور بالوقت المحدد الوقت الكامل |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 30 ساعة |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | 2018 |
| 9. أهداف المقرر: | |
| يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب بطبيعة التسويق على نطاق عالمي وفهم وتحليل الاستراتيجيات والخطط التسويقية الملائمة للتعامل مع الاسواق العالمية وما يمليه ذلك من ضرورة التكيف معها | |

| |
|---|
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ. طرائق التعليم والتعلم |
| المحاضرة / المناقشة / العرض / الوصف |
| ب. طرائق التقييم |

| |
|--|
| امتحان نظري / واجبات بيتية / سلوك / حضور |
| ج. مهارات التفكير |
| نقد النفس / الاستماع الفعال / تحليل المعلومات / مهارة التركيز / مهارة التذكر |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |
| المساهمة في ابداء الرأي ؟ احترام الآخرين / توسيع اطلاع الطالب على مصادر علمية متنوعة |

| 11. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|------------------------|--|--------------------|---------------|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 3 | معرفي | تعريف التسويق العالمي | المحاضرة | مشاركات |
| 2 | 3 | نظري | اوجه الشبه والاختلاف بين التسويق المحلي والعالمي | المناقشة والمحاضرة | الحضور |
| 3 | 3 | عملي | ادارة التسويق الدولي | طرح الاسئلة | امتحان يومي |
| 4 | 3 | معرفي | بيئة التسويق العالمي | المحاضرة | مشاركات يومية |
| 5 | 3 | نظري | بيئة ثقافية | طرح الاسئلة | الحضور |
| 6 | 3 | عملي | البيئة الاقتصادية | المحاضرة | سلوك |
| 7 | 3 | معرفي | البيئة القانونية والسياسية | طرح الاسئلة | الحضور |
| 8 | 3 | نظري | المنظمات التجارية الدولية | المحاضرة | مشاركات |
| 9 | 3 | نظري | النظمة العالمية للتجارة | المناقشة | امتحان يومي |
| 10 | 3 | معرفي | التكتلات الاقتصادية الدولية | طرح الاسئلة | سلوك |
| 11 | 3 | عملي | اتخاذ القرار العالمي | طرح الاسئلة | الحضور |
| 12 | 3 | نظري | دوافع التصدير | المحاضرة | مشاركات |
| 13 | 3 | عملي | دوافع خارجية | المناقشة | امتحان يومي |
| 14 | 3 | معرفي | معوقات نجاح التسويق العالمي | طرح الاسئلة | سلوك |
| 15 | 3 | نظري | امتحان فصلي | المحاضرة | الحضور |
| 16 | 3 | عملي | اشكال الخول للاسواق الخارجية | المناقشة | مشاركات |
| 17 | 3 | نظري | التصدير المباشر | طرح الاسئلة | امتحان يومي |
| 18 | 3 | معرفي | التصدير غير المباشر | المحاضرة | سلوك |
| 19 | 3 | عملي | الاستثمار الاجنبي | المناقشة | الحضور |
| 20 | 3 | نظري | المنتج العالمي | طرح الاسئلة | مشاركات |
| 21 | 3 | معرفي | تكييف المنتج العالمي | المناقشة | امتحان يومي |
| 22 | 3 | نظري | توحيد المنتج العالمي | المحاضرة | سلوك |
| 23 | 3 | نظري | العوامل المؤثرة في نجاح المنتج عالميا | المناقشة | الحضور |

| | | | | | |
|-------------|-------------|------------------------------------|-------|---|----|
| مشاركات | طرح الاسئلة | التسعير العالمي | نظري | 3 | 24 |
| امتحان يومي | المناقشة | العوامل المؤثرة في التسعير العالمي | معرفي | 3 | 25 |
| سلوك | المحاضرة | التوزيع العالمي | نظري | 3 | 26 |
| الحضور | طرح الاسئلة | قنوات التوزيع العالمية | نظري | 3 | 27 |
| مشاركات | المناقشة | التسويق العالمي عبر الانترنت | نظري | 3 | 28 |
| امتحان يومي | المحاضرة | منافع الانترنت | عملي | 3 | 29 |
| سلوك | محاضرة | امتحان فصلي | معرفي | 3 | 30 |

| | |
|--|---|
| 12. البنية التحتية | |
| التسويق الدولي / هاني الضمور / 2007 التسويق الدولي / رضوان العمر / 2007 | القراءات المطلوبة: ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| دراسة حالة | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| 20 | أقل عدد من الطلبة |
| 40 | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهناتاً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|--|---|
| 1. المؤسسة التعليمية | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / جامعة الموصل |
| 2. القسم الجامعي / المركز | كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | تسويق الخدمات AEMM18_M201 |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | البرامج الميدانية والتعليم الالكتروني |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 3 ساعات |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: | |
| تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بمفهوم تسويق الخدمات، والخصائص الرئيسية التي تميزها، وكذلك إيضاح آلية تسويق الخدمات والمزيج التسويقي للخدمات فضلاً عن كل ما يتعلق بالخدمات من انتاج وتسعير وترويج وتوزيع، وكذلك تحديد دور الزبائن في تسويق الخدمات. | |
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم | |
| أ. طرائق التعليم والتعلم | |

| |
|--|
| المحاضرات والعروض التقديمية |
| ب. طرائق التقييم |
| - الحضور اليومي. - التحضير اليومي والاستئلة الشفهية. - الامتحانات اليومية. - الامتحانات الفصلية. - الواجبات اليومية والتقارير. |
| ج. مهارات التفكير |
| القراءة اليومية المستمرة والمتابعة والبحث الالكتروني |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |
| تعريف الطالب بموضوع تسويق الخدمات واهمية نقل وتطبيق الخبرات المعرفية المكتسبة من خلال المحاضرات إلى الواقع الفعلي. |

| 11. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|------------------------|----------------------------------|------------------|------------------|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 3 | النظرية والميدانية | مدخل الى الخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 2 | 3 | النظرية والميدانية | الخصائص الرئيسية للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 3 | 3 | النظرية والميدانية | البيئة التسويقية للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 4 | 3 | النظرية والميدانية | عوامل البيئة الكلية للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 5 | 3 | النظرية والميدانية | مقدمة عن المزيج التسويقي للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 6 | 3 | النظرية والميدانية | عناصر المزيج التسويقي للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 7 | 3 | النظرية والميدانية | نظم المعلومات التسويقية للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 8 | 3 | النظرية والميدانية | البحوث التسويقية للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 9 | 3 | النظرية والميدانية | السلوك الشرائي للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 10 | 3 | النظرية والميدانية | الدوافع والحاجات لشراء الخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 11 | 3 | النظرية والميدانية | المكانة الذهنية للخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 12 | 3 | النظرية والميدانية | تحديد المكانة الذهنية واعدتها | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 13 | 3 | النظرية والميدانية | ابتكار وتطوير الخدمات الجديدة | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |
| 14 | 3 | النظرية والميدانية | خطوات ومراحل تطوير الخدمات | اللقاء والمشاركة | الاستئلة اليومية |

| | | | | | |
|-------------------|------------------|-----------------------------------|--------------------|---|----|
| الاجابة النموذجية | اسئلة | الامتحان الفصلي | التقييم الفصلي | 3 | 15 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | تسعير الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 16 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | طرق تسعير الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 17 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | استراتيجيات تسعير الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 18 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المبادئ الاساسية لتسعير الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 19 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | توزيع الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 20 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | ترويج الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 21 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المنهج الترويجي للخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 22 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الجمهور والخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 23 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | دور الزبائن في تسويق الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 24 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الدليل المادي للخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 25 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | انشاء بيئة مثالية للخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 26 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الجودة والخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 27 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | كيف يقيم الزبائن جودة الخدمات / 1 | النظرية والميدانية | 3 | 28 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | كيف يقيم الزبائن جودة الخدمات / 2 | النظرية والميدانية | 3 | 29 |
| الاجابة النموذجية | اسئلة | الامتحان الفصلي | التقييم الفصلي | 3 | 30 |

| | |
|--|--|
| 12. البنية التحتية | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتاب تسويق الخدمات تأليف (هاني حامد الضمور) ▪ رسائل الماجستير واطارح الدكتوراه. ▪ الشبكة الدولية للمعلومات . | <p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |



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 مبرهنناً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|---|--------------------------------------|
| 1. المؤسسة التعليمية | جامعة الموصل/ كلية الإدارة والاقتصاد |
| 2. القسم الجامعي / المركز | إدارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | تكنولوجيا المعلومات |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | نظام التشغيل ويندوز 10 |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | اسبوعي (1 ساعة نظري+ 2 ساعة عملي) |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: التعريف بمفاهيم IT والمكونات المادية والبرمجية وبيئة أنظمة التشغيل | |

| |
|---|
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ. طرائق التعليم والتعلم |
| لقاء المحاضرة , اعتماد أسلوب النقاش والاستكشاف, استخدام الوسائل التكنولوجية في إيضاح المحاضرة والعصف الذهني |
| ب. طرائق التقييم |
| الامتحان الفصل الامتحانات اليومية |

| |
|---|
| <p>الأسئلة الشفهية والتقييم المباشر اعداد التقارير تصميم المشاريع</p> |
| <p>ج. مهارات التفكير</p> |
| <p>التفكير التقليدي من خلال طرح أسئلة روتينية التفكير المعرفي من خلال طرح أسئلة تبني اجابتها على معرفة سابقة التفكير الإبداعي باعتماد الأسئلة المفتوحة التفكير الناقد</p> |
| <p>د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي)</p> |
| <p>مهارات تتعلق بالجانب النفسي والتربوي مراعاة الفوارق الفردية بين الطلبة تشجيع التطوير من خلال التحفيز والثناء والاطراء رفع الحالة المعنوية من خلال وضع اهداف والسعي الى تحقيقها</p> |

| 11. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|------------------------|---|--------------------|---|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| الاول | 3 | المهارة | مفاهيم اساسية في تكنولوجيا المعلومات | نظري+ امثلة واقعية | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| الثاني | 3 | الوجداني | اطر عامة حول استخدام IT في مجالات التسويق | نظري+ امثلة واقعية | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| الثالث | 3 | النفسي الحركي | تعريف الحاسوب و اجياله | نظري+ امثلة واقعية | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| الرابع | 3 | المعرفي | امثلة عملية | نظري+ امثلة واقعية | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| الخامس | 3 | المهارة | مكونات الحاسوب المادية | نظري+ عملي | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| السادس | 3 | الوجداني | وحدات الادخال | نظري+ عملي | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| السابع | 3 | النفسي الحركي | وحدة المعالجة المركزية | نظري+ عملي | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| الثامن | 3 | المعرفي | وحدات الاخراج | نظري+ عملي | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| التاسع | 3 | المهارة | وحدات التخزين | نظري+ عملي | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |
| العاشر | 3 | الوجداني | الاجهزة الملحقة | نظري+ عملي | الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش |

| | | | | | |
|---|-------------|---|---------------|---|------------------|
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | الانظمة العددية , والمخططات الانسيابية | النفسي الحركي | 3 | الحدادي عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | الشبكات ومواقع الويب | المعرفي | 3 | الثاني عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | الدفع الالكتروني والحماية | المهارة | 3 | الثالث عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | اسئلة و مناقشات | الوجداني | 3 | الرابع عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | امتحان عملي (نهاية الفصل الاول) | | 3 | الخامس عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | المكونات البرمجية لجهاز الحاسوب | المعرفي | 3 | السادس عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | أنواع البرامج | المهارة | 3 | السابع عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | أنواع أنظمة التشغيل | الوجداني | 3 | الثامن عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | نظام التشغيل MS-DOS | النفسي الحركي | 3 | التاسع عشر |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | النوافذ في نظام التشغيل windows | المعرفي | 3 | العشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | سطح المكتب في نظام التشغيل windows | المهارة | 3 | الحدادي والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | اعدادات النوافذ في نظام التشغيل windows | الوجداني | 3 | الثاني والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | الامن والحماية في نظام التشغيل windows | النفسي الحركي | 3 | الثالث والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | أوامر وابعازات مختصرة في نظام التشغيل windows | المعرفي | 3 | الرابع والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | البرمجيات الجاهزة | المهارة | 3 | الخامس والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | كيفية اضافة البرامج وازالتها | الوجداني | 3 | السادس والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | الفايروسات | النفسي الحركي | 3 | السابع والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | طرق و اجراءات الحماية (مضادات الفايروسات) | المعرفي | 3 | الثامن والعشرون |
| الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش | نظري + عملي | امثلة عن التطبيقات الجاهزة | المهارة | 3 | التاسع والعشرون |
| | نظري + عملي | امتحان الفصل الثاني | | 3 | الثلاثون |

| | |
|--|--|
| 12. البنية التحتية | |
| | <p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| مختبرات وجهاز عرض ومكونات مادية وبرمجية + برمجيات المختبرات الافتراضية | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| 5 | أقل عدد من الطلبة |
| 120 | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهناتاً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|--|---|
| 1. المؤسسة التعليمية | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / جامعة الموصل |
| 2. القسم الجامعي / المركز | كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | سلوك المستهلك AEMM31_M303 |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | البرامج الميدانية والالكترونية |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 4 ساعات |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: | |
| تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بمفهوم سلوك المستهلك الاستهلاكي وعلاقة ذلك بقرار الشراء ومراحل الشراء والاحلال السلعي والمحددات الفردية والاجتماعية والثقافية | |

| |
|--|
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ. طرائق التعليم والتعلم |
| المحاضرات والعرض التقديمي |
| ب. طرائق التقييم |
| الحضور اليومي الامتحانات اليومية الامتحانات الفصلية الواجبات والتقارير المطلوبة |
| ج. مهارات التفكير |
| القراءة والمتابعة والمطالعة والبحث الالكتروني |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |
| تعريف الطالب بمفاهيم سلوك المستهلك وكيفية تحقيق الشراء ، وماهي الخطوات اللازمة لأقناع الزبون بالشراء |

| 11. بنية المقرر : سلوك المستهلك | | | | | |
|---------------------------------|---------|------------------------|--------------------------------|------------------|-----------------|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 3 | النظرية والميدانية | التسويق وسلوك المستهلك | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 2 | 3 | النظرية والميدانية | التسويق وسلوك المستهلك | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 3 | 3 | النظرية والميدانية | مفهوم السلوك الانساني | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 4 | 3 | النظرية والميدانية | مفهوم السلوك الانساني | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 5 | 3 | النظرية والميدانية | تقسيم السوق وامتلاك السلعة | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 6 | 3 | النظرية والميدانية | تقسيم السوق وامتلاك السلعة | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 7 | 3 | النظرية والميدانية | عملية اتخاذ القرار الشرائي | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 8 | 3 | النظرية والميدانية | حاجات ودوافع المستهلك | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 9 | 3 | النظرية والميدانية | حاجات ودوافع المستهلك | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |

| | | | | | |
|-------------------|------------------|----------------------------------|--------------------|---|----|
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التعلم وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 10 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التعلم وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 11 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الادراك وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 12 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الادراك وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 13 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الشخصية وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 14 |
| الاجابة النموذجية | اسئلة | الامتحان الفصلي | التقييم الفصلي | | 15 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الشخصية وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 16 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الثقافة وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 17 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الثقافة وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 18 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الجماعات المرجعية وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 19 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الجماعات المرجعية وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 20 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الطبقة الاجتماعية وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 21 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاسرة وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 22 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاتصالات وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 23 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاتصالات وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 24 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاتصالات وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 25 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الابتكارات وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 26 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الابتكارات وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 27 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الموقف الشرائي وسلوك المستهلك | النظرية والميدانية | 3 | 28 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الحالات والتطبيقات العملية | النظرية والميدانية | 3 | 29 |
| الاجابة النموذجية | اسئلة | الامتحان الفصلي | التقييم الفصلي | | 30 |
| | | | | | |

| | |
|--|--|
| 11. البنية التحتية | |
| <p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى | <p>كتاب ادارة الاستراتيجية : تأليف د. زكريا مطلق الدوري 2010 : كتاب سلوك المستهلك ، د.محمد عبيدات ، 2006 ، رسائل الماجستير واطارح الدكتوراه ، الشبكة الدولية للمعلومات</p> |
| / | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 12. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهنأ عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|---|---|
| 1. المؤسسة التعليمية | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / جامعة الموصل |
| 2. القسم الجامعي / المركز | كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | ادارة التسويق AEMM18_M102 |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | البرامج الميدانية والالكترونية |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة |
| 6. الفصل / السنة | 2018 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 6 ساعات |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | 2018 /11/26 |
| 9. أهداف المقرر: | |
| تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بالمبادئ والمفاهيم التسويقية والاولية والاساسية في ادارة التسويق ، اضافة الى اهمية ادارة التسويق ودوره في تحقيق نجاح مؤسسات الاعمال ، والتعريف بالوظائف المختلفة للتسويق وعناصر المزيج التسويقي مما يساعد على فهم الابعاد الرئيسية للعملية التسويقية | |

1. بنية المقرر

| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
|---------|---------|------------------------|---|------------------|-------------------|
| 1 | 3 | النظرية والميدانية | المدخل لدراسة التسويق | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 2 | 3 | النظرية والميدانية | مفهوم المزيج التسويقي وعناصره | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 3 | 3 | النظرية والميدانية | البيئة التسويقية | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 4 | 3 | النظرية والميدانية | سلوك المستهلك | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 5 | 3 | النظرية والميدانية | قرارات الشراء | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 6 | 3 | النظرية والميدانية | تقييم السوق | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 7 | 3 | النظرية والميدانية | التنبؤ بالمبيعات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 8 | 3 | النظرية والميدانية | بحوث التسويق | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 9 | 3 | النظرية والميدانية | نظم المعلومات التسويقية | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 10 | 3 | النظرية والميدانية | المنتج ومزيج | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 11 | 3 | النظرية والميدانية | دورة حياة المنتج | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 12 | 3 | النظرية والميدانية | خطوات ابتكار السلعة | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 13 | 3 | النظرية والميدانية | التعبئة والتغليف | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 14 | 3 | النظرية والميدانية | تبي المنتجات | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 15 | | التقييم الفصلي | الامتحان الفصلي | اسئلة | الاجابة النموذجية |
| 16 | 3 | النظرية والميدانية | مفهوم القناة التسويقية | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 17 | 3 | النظرية والميدانية | العوامل المؤثرة في تحديد القناة التسويقية | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 18 | 3 | النظرية والميدانية | تجارة الجملة | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 19 | 3 | النظرية والميدانية | تجارة المفرد | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 20 | 3 | النظرية والميدانية | التوزيع المادي | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 21 | 3 | النظرية والميدانية | الترويج | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |

| | | | | | |
|-------------------|------------------|--|--------------------|---|----|
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاعلان | النظرية والميدانية | 3 | 22 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | تنشيط المبيعات | النظرية والميدانية | 3 | 23 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التسعير | النظرية والميدانية | 3 | 24 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | تسويق الخدمات | النظرية والميدانية | 3 | 25 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التسويق الدولي | النظرية والميدانية | 3 | 26 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | استراتيجية التسويق والرقابة علمها | النظرية والميدانية | 3 | 27 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التسويق في المنظمات الغير ربحية | النظرية والميدانية | 3 | 28 |
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاعتبارات الاخلاقية والاجتماعية في التسويق | النظرية والميدانية | 3 | 29 |
| الاجابة النموذجية | اسئلة | الامتحان الفصلي | التقييم الفصلي | | 30 |
| | | | | | |



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 مبرهناتاً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|----------------------------------|---|
| 1. المؤسسة التعليمية | وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / جامعة الموصل |
| 2. القسم الجامعي / المركز | كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | ادارة التفاوض AEMM18_M307 |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | البرامج الميدانية والالكترونية |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة |
| 6. الفصل / السنة | 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلية) | 4 ساعات |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | 2018 /11/26 |
| 9. أهداف المقرر: | تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بالمفاوضات وادارتها فضلا عن السمات التي يتصف بها المفاوض فضلا عن المهارات والقدرات والقابليات التي يمتلكها في عملية التفاوض كذلك تعريف الطالب بقوة المركز التفاوضي للمشتري والبائع . |

| |
|--|
| 2. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ. طرائق التعليم والتعلم |
| المحاضرات والعرض التقديمي |
| ب. طرائق التقييم |
| الحضور اليومي الامتحانات اليومية الامتحانات الفصلية الواجبات والتقارير المطلوبة |
| ج. مهارات التفكير |
| القراءة والمتابعة والمطالعة والبحث الالكتروني |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) |
| تعريف الطالب بمبادئ وعناصر العملية التفاوضية واهمية استراتيجيات التفاوض ، ومدى ارتباط التفاوض بكيفية اتمام الصفقات ، اذ يتم نقل هذه الخبرات المعرفية التي يحصل عليها الطالب الى الواقع الفعلي والاستفادة من هذه الخبرة في كيفية تطبيقها في المجالات التفاوضية المختلفة |

| 13. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|------------------------|--------------------------------|------------------|-----------------|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 2 | النظرية والميدانية | التفاوض كمفهوم وممارسة | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 2 | 2 | النظرية والميدانية | خصائص التفاوض | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 3 | 2 | النظرية والميدانية | اهمية واهداف التفاوض | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 4 | 2 | النظرية والميدانية | ملامح الاساسية للتفاوض | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |
| 5 | 2 | النظرية والميدانية | عناصر التفاوض | اللقاء والمشاركة | الاسئلة اليومية |

| | | | | | |
|-------------------|------------------|--------------------------------------|--------------------|---|----|
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | شروط التفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 6 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | المناخ التفاوضي | النظرية والميدانية | 2 | 7 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | خطوات التفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 8 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | دور الوقت في التفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 9 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | العوامل المؤثرة على التفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 10 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | انماط التفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 11 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | خصائص المفاوض الناجح | النظرية والميدانية | 2 | 12 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | فن طرح الاستئلة التفاوضية | النظرية والميدانية | 2 | 13 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاطراف المشاركة في التفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 14 |
| الاجابة النموذجية | استئلة | الامتحان الفصلي | التقييم الفصلي | 2 | 15 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الموقف التفاوضي | النظرية والميدانية | 2 | 16 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاعداد والتخطيط للتفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 17 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | أبعاد عملية التفاوض | النظرية والميدانية | 2 | 18 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | ممارسات ومفاهيم خاطئة في التفاوض | النظرية والميدانية | 3 | 19 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | سياسات التفاوض | النظرية والميدانية | 3 | 20 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | تكتيكات التفاوض | النظرية والميدانية | 3 | 21 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الاستراتيجيات التفاوضية | النظرية والميدانية | 3 | 22 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التفاوض في مجال الشراء | النظرية والميدانية | 3 | 23 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التفاوض في ادارة التسويق | النظرية والميدانية | 3 | 24 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الواجبات الرئيسية لرئيس فريق التفاوض | النظرية والميدانية | 3 | 25 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | ادوات استراتيجية التفاوض | النظرية والميدانية | 3 | 26 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | التفاوض مع الاطراف الخارجية | النظرية والميدانية | 3 | 27 |
| الاستئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | مستويات التفاوض مع الاطراف الخارجية | النظرية والميدانية | 3 | 28 |

| | | | | | |
|-------------------|------------------|----------------------------------|--------------------|---|----|
| الاسئلة اليومية | اللقاء والمشاركة | الرقابة على العملية التفاوضية | النظرية والميدانية | 3 | 29 |
| الاجابة النموذجية | اسئلة | الامتحان الفصلي | التقييم الفصلي | | 30 |

| | |
|--|--|
| 14. البنية التحتية | |
| <p>كتاب ادارة التسويق : تأليف د. ابي سعيد الديوه جي / التفاوض : كتاب ادارة التفاوض (الاستراتيجية والاساليب) : ناجي معلا ، 2000 رسائل الماجستير واطارح الدكتوراه الشبكة الدولية للمعلومات</p> | <p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| / | متطلبات خاصة |
| | الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) |

| | |
|------------|--------------------|
| 15. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهنأ عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة . ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|---|--------------------------------|
| 1. المؤسسة التعليمية | كلية الإدارة والاقتصاد |
| 2. القسم الجامعي / المركز | قسم إدارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | استراتيجيات التسويق |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | الكتاب المنهجي والمساعد، |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة في القاعة الدراسية |
| 6. الفصل / السنة | سنوي 2021-2022 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 3 |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: | |
| يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمفهوم الحديث لاستراتيجيات التسويق ووظائفها، فضلاً عن تنمية مهارات الطالب في مجال إعداد الخطط التسويقية بمختلف مراحلها ومستوياتها في ظل استخدام النماذج الإستراتيجية المعاصرة في إعداد الخطط الإستراتيجية الكفيلة بتسويق المنتجات الداعمة، وتعليم الطالب للتعامل الميداني في مجال تسويق المنتجات بشتى أنواعها السلعية والخدمية والأفكار. | |

10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم

أ. طرائق التعليم والتعلم

| |
|---|
| محاضرات نظرية عن: 1. التعرف باستراتيجيات التسويق 2. معرفة مراحل إعداد الخطط التسويقية 3. تدريب الطلبة إلى إعداد خطة تسويقية للمنظمة الإنتاجية والخدمية |
| ب. طرائق التقييم من خلال اجراء الامتحانات اليومية والشهرية والفصلية، وكذلك المشاركات اليومية أثناء المحاضرة، والتقارير الفصلية موضوع المادة الدراسية. |
| ج. مهارات التفكير اكتساب الطلبة المعرفة باعداد الاستراتيجية التسويقية المناسبة للعمل التسويقي في الشركات التجارية، وكذلك التعرف على عناصر المزيج التسويقي الرئيس واستراتيجياته وامكانية استخدامها في الحياة العملية. |
| د. المهارات العامة والمنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي) اكتساب الطالب معرفة متراكمة عن موضوعات التسويق على نحو عام، والاستراتيجيات التسويقية على نحو خاص، والاستفادة منها مستقبلاً أثناء توظيفهم في فرص العمل لدى الدوائر الانتاجية والخدمية، والشركات التجارية، وكذلك اكتساب المهارات التسويقية التي من الممكن ان تصحح المسارات المستخدمة حالياً في تسويق المنتجات الحكومية والتجارية. |

| 11. بنية المقرر | | | | | |
|-----------------|---------|--|---|---------------------|--|
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| الأول | 3 | أهمية التخطيط الاستراتيجي للتسويق، تعريف التخطيط الاستراتيجي، مبررات التخطيط الاستراتيجي | الفصل الأول: مقدمة في التسويق الاستراتيجي | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير |
| الثاني | 3 | محددات إستراتيجية التسويق الناجحة، التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالتسويق، خطة التسويق الاستراتيجي | الفصل الأول: مقدمة في التسويق الاستراتيجي | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير |
| الثالث | 3 | مراحل التخطيط الاستراتيجي، تحديد المهمة، وضع الاهداف، البدائل الرئيسة الاستراتيجية | الفصل الثاني: التحليل الموقفي الاستراتيجي | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير |
| الرابع | 3 | التحليل الموقفي لعوامل البيئة، وحدات الاعمال الاستراتيجية، | الفصل الثاني: التحليل الموقفي الاستراتيجي | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية |

| | | | | | |
|---|------------------------|---|---|---|---------------|
| شهرية، ومشاركات وتقارير | | | استراتيجية المؤسسة، مسؤولية التخطيط الاستراتيجي | | |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الثالث: تخطيط وحدات العمل وأدوات التحليل الاستراتيجي | خطوات تخطيط وحدة العمل، اهداف تحليل وحدة العمل، ادوات التحليل الاستراتيجي | 3 | الخامس |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الثالث: تخطيط وحدات العمل وأدوات التحليل الاستراتيجي | اختيار استراتيجية وحدة العمل، تطوير الخطة الاستراتيجية، الدور الاستراتيجي للتسويق | 3 | السادس |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الرابع: تحديد وتعريف أسواق المنتجات | تعريفات سوق السلعة، اعتبارات مهمة لتكوين سوق السلعة، تحليل أسواق السلع، دليل تحليل أسواق السلع | 3 | السابع |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الرابع: تحديد وتعريف أسواق المنتجات | تطوير قطاع المستهلكين المستهدفين، الطرق المستخدمة لتعريف سوق السلعة، مفهوم التنبؤ بالمبيعات وطرائقه. | 3 | الثامن |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الخامس: إستراتيجية السوق المستهدفة | الاختيارات الإستراتيجية المتاحة، اعتبارات مهمة لنجاح إستراتيجية التجزئة، | 3 | التاسع |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الخامس: إستراتيجية السوق المستهدفة | خطوات اختبار إستراتيجية السوق المستهدفة، مرتكزات عملية التجزئة، تقييم البدائل الإستراتيجية، اختيار إستراتيجية السوق المستهدفة | 3 | العاشر |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | | | امتحان فصلي 1 | 3 | الحادي عشر |
| امتحانات ومشاركات | القاء نظري ومشاركات | الفصل السادس: إستراتيجية برنامج الإحلال التسويقي | تكامل استراتيجيات المؤسسة المختلفة، تحديد أهداف التسويق، اختيار استراتيجيات الإحلال التسويقية | 3 | الثاني عشر |
| امتحانات شفوية يومية، وتحريرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل السادس: إستراتيجية برنامج الإحلال التسويقي | محتويات إستراتيجية الإحلال التسويقية، العوامل المؤثرة على برنامج الإحلال التسويقي، طرق تحديد إستراتيجية الإحلال المناسبة | 3 | الثالث عشر |

| | | | | | |
|---|------------------------|---|---|---|---------------|
| امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل السابع: إستراتيجية المنتج | الدور الاستراتيجي لقرارات السلعة، دور التسويق في إستراتيجية السلعة، تخطيط السلع الجديدة | 3 | الرابع عشر |
| امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل السابع: إستراتيجية المنتج | خطوات تخطيط السلع الجديدة، إدارة السلع الجديدة | 3 | الخامس عشر |
| امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الثامن: إستراتيجية التسعير | الدور الاستراتيجي للتسعير، التحليل الاستراتيجي للتسعير | 3 | السادس عشر |
| امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل الثامن: إستراتيجية التسعير | السعر كأداة للتسعير، اعتبارات مهمة لإستراتيجية التسعير | | السابع عشر |
| امتحانات شفوية يومية، وتحضيرية شهرية، ومشاركات وتقارير | القاء نظري ومشاركات | الفصل التاسع: إستراتيجية التوزيع | الدور الاستراتيجي لوظيفة التوزيع، وظائف التوزيع، بدائل استراتيجيات التوزيع | 3 | الثامن عشر |
| | القاء نظري ومشاركات | الفصل التاسع: إستراتيجية التوزيع | ترتيبات المنفذ التوزيعي، وظائف المنفذ التوزيعي، الاعتبارات المالية | | التاسع عشر |
| امتحانات ومشاركات | القاء نظري ومشاركات | الفصل العاشر: إستراتيجية الترويج | مراحل تطوير إستراتيجية الترويج، أهداف الاتصال | 3 | العشرون |
| | القاء نظري ومشاركات | الفصل العاشر: إستراتيجية الترويج | اختيار إستراتيجية الترويج، تكييف إستراتيجية الترويج | | الحادي وعشرون |
| امتحانات ومشاركات | القاء نظري ومشاركات | الفصل الحادي عشر: التسويق الاستراتيجية | خطوات اعداد خطة التسويق الاستراتيجية ، استراتيجية الاسواق المستهدفة، تحديد الاهداف الرئيسية والفرعية | 3 | الثاني وعشرون |
| امتحانات ومشاركات | القاء نظري ومشاركات | الفصل الحادي عشر: التسويق الاستراتيجية | تنظيم وادارة الخطة التسويقية، تحضير الخطة والميزانية، تنفيذ الخطة، تقييم النتائج وادارة الخطة، برنامج مراجعة خطة التسويق الاستراتيجية | 3 | الثالث وعشرون |
| امتحان وتقارير عملية | | | امتحان فصلي 2 | 3 | الرابع وعشرون |
| امتحان وتقارير عملية | القاء نظري ومشاركات | تطبيقات عملية 1 | إعداد تقارير عن استراتيجيات بعض الشركات | 3 | الخامس وعشرون |

| | | | | | |
|--------------------|---|--|-----------------|------------------------|--|
| السادس وعشرون | 3 | إعداد تقارير عن استراتيجيات بعض الشركات | تطبيقات عملية 1 | القاء نظري ومشاركات | امتحان وتقارير عملية |
| السابع وعشرون | 3 | إعداد تقارير عن استراتيجيات بعض الشركات | تطبيقات عملية 2 | عملي | تقارير عملية لشركات ومحلات محلية |
| الثامن وعشرون | 3 | إعداد تقارير عن استراتيجيات بعض الشركات | تطبيقات عملية 2 | عملي | تقارير عملية لشركات ومحلات محلية |
| التاسع والعشرون | 3 | | مراجعة شاملة | | |
| الثلاثون | 3 | | امتحان شامل | | امتحان لكل المادة |

| | |
|---|--|
| 12. البنية التحتية | |
| <p>1- مصادر رئيسة</p> <p>- عبيدات، محمد ابراهيم، استراتيجيات التسويق: مدخل سلوكي.- عمان: دار وائل للنشر و التوزيع، 2009.- ط. 4، منقحة و مزيدة.</p> <p>2- مصادر مساعدة</p> <p><u>David W, Cravens , Strategic Marketing, 7th ed. . New York , McGraw-Hill, Irwin 2003</u></p> | <p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية) | متطلبات خاصة |

| | |
|------------|--------------------|
| 13. القبول | |
| | المتطلبات السابقة |
| | أقل عدد من الطلبة |
| | أكبر عدد من الطلبة |

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 مبرهنناً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة . ولا بد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.

| | |
|--|--------------------------------|
| 1. المؤسسة التعليمية | كلية الإدارة والاقتصاد |
| 2. القسم الجامعي / المركز | قسم إدارة التسويق |
| 3. اسم / رمز المقرر | التسويق في المنشآت المتخصصة |
| 4. البرامج التي يدخل فيها | الكتاب المنهجي والمساعد |
| 5. أشكال الحضور المتاحة | حضور الطلبة في القاعة الدراسية |
| 6. الفصل / السنة | سنوي 2022-2021 |
| 7. عدد الساعات الدراسية (الكلية) | 2 |
| 8. تاريخ إعداد هذا الوصف | |
| 9. أهداف المقرر: | |
| يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بمفاهيم التسويق في المنشآت المتخصصة كالمستشفيات والمصارف، والفنادق والمطاعم، والأنشطة التي تقوم بها المنظمات التسويقية في دعم الخدمات العلاجية والمالية والمصرفية والسياحية، فضلاً عن تنمية مهارات الطالب في مجال إعداد الخطط التسويقية بمختلف مراحلها ومستوياتها في ظل الاطلاع على واقع عمل المؤسسات الخدمية على نحو عام، وكيفية توظيف تلك الأنشطة التسويقية في مجال عملها الاستراتيجي. فضلاً عن تعريف الطالب بأنواع الخدمات وأهميتها والفرق بينها وبين السلع والعوامل المؤثرة عليها، وكذلك تعليم الطالب للتعامل الميداني في تلك المؤسسات الخدمية. | |
| 10. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم | |
| أ. طرائق التعليم والتعلم | |

محاضرات نظرية عن:

1. التعرف بمفاهيم تسويق الخدمات في المنشآت المتخصصة على نحو عام
2. التعرف بالبيئة التسويقية وتجزئة الأسواق الخدمية
3. معرفة مراحل إعداد الخطط التسويقية في المؤسسات الخدمية مثل المستشفيات والمصارف والفنادق والمطاعم
4. تدريب الطلبة على كيفية التعامل في الجانب الميداني في المؤسسات الخدمية.

ب. طرائق التقييم

من خلال اجراء الامتحانات الشفوية والاختبارات والامتحانات التحريرية، واعداد الواجبات والتحضير اليومي والمشاركة الفاعلة، واعداد التقارير التي تخص موضوع المادة التي يتم تدريسها على مدار السنة.

ج. مهارات التفكير

اكتساب الطالب المهارة في تسويق الأنشطة الخدمية في المؤسسات الخدمية مثل المستشفيات والمصارف وشركات التأمين، والفنادق والمطاعم، وكذلك اكتساب الخبرة والمعرفة النظرية في اعداد الخطط الكفيلة في النهوض بواقع المؤسسات الخدمية على نحو خاص، والمؤسسات التجارية على نحو عام، وكيفية اعداد التقارير اليومية والدورية عن حركة الأنشطة التسويقية في المؤسسة المعنية.

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

11. بنية المقرر

| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
|---------|---------|--|--|---------------------|--|
| الأول | 2 | مفهوم المنشأة، والمنشآت المتخصصة | مفهوم المنشآت المتخصصة وانواعها | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية |
| الثاني | 2 | مفاهيم عامة تعريفية | المستشفيات والمصارف والفنادق كمنشآت متخصصة | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية |
| الثالث | 2 | المفهوم والاهمية والاهداف | مفهوم التسويق الصحي | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية |
| الرابع | 2 | المنتج الصحي، والسعر والترويج والتوزيع | عناصر المزيج التسويقي الصحي | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية |
| الخامس | 2 | المفهوم، والمعايير والاساليب | مفهوم تجزئة الاسواق الصحية | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية |
| السادس | 2 | المفهوم ومراحل تطور المنتج الصحي | مفهوم المنتجات الصحية | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية |
| السابع | 2 | مفهوم الاستراتيجية، ونظامها، وانواعها | استراتيجيات تسويق المنتجات الصحية | القاء نظري ومشاركات | امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية |

| | | | | | |
|---|---------------------|---|--|---|-----------------|
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | مفهوم التوزيع في المنشآت المتخصصة | مفهوم التوزيع والعوامل المؤثرة عليها | 2 | الثامن |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التحديات التي تواجه التوزيع في المنشآت المتخصصة | ابرز التحديات وسبل معالجتها | 2 | التاسع |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | أنظمة التوزيع في المنشآت الصحية | انواع الأنظمة المعتمدة في التوزيع | 2 | العاشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التسويق الفندقى | المفهوم ومعوقات نجاحه | 2 | الحادى عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التسويق الفندقى | الأهمية والاهداف والعوامل المؤثرة عليها | 2 | الثانى عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التسويق الفندقى عبر الانترنت | أساليب التسويق الفندقى الالىكترونى | 2 | الثالث عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | عناصر المزيج التسويقى الفندقى عبر الانترنت | مفاهيم معاصرة عن المزيج التسويقى الفندقى الالىكترونى | 2 | الرابع عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التوزيع والترويج للخدمات الفندقية عبر الانترنت | مفهوم التوزيع الالىكترونى وأهميته وأهدافه، أنواع الترويج الفندقى الالىكترونى | 2 | الخامس عشر |
| | | | امتحان فصلى 1 | 2 | السادس عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | مزايا ترويج الخدمات الفندقية عبر الانترنت | المزايا والادوات المستخدمة للترويج الفندقى الالىكترونى | 2 | السابع عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التسويق المصرفى | المفهوم والأهمية والاهداف | 2 | الثامن عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | الاستراتيجيات المستخدمة في التسويق المصرفى | أنواع الاستراتيجيات التسويقية المصرفية | 2 | التاسع عشر |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | المزيج التسويقى المصرفى | المفهوم والأهمية والاهداف | 2 | العشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | مفهوم الخدمة المصرفية | المفهوم والعوامل المؤثرة عليها | 2 | الحادى والعشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | مفهوم التسعير المصرفى | المفهوم وطرائق تحديد التسعير | 2 | الثانى والعشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | مفهوم الترويج المصرفى | المفهوم وعناصر المزيج الترويجى المصرفى | 2 | الثالث والعشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | مفهوم التوزيع المصرفى | المفهوم والاستراتيجيات | 2 | الرابع والعشرون |

| | | | | | |
|---|------------------------|--|--|---|--------------------|
| | | | المتبعة في التوزيع المصري | | |
| امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التسويق في شركات التأمين | المفهوم والاهمية والاهداف | 2 | الخامس والعشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | تخطيط الاستراتيجيات التسويقية التأمينية | المفهوم والاهمية والاهداف | | السادس والعشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | الخدمات التأمينية | المفهوم والاهمية والانواع | 2 | السابع والعشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | التسعير التأميني | المفهوم، وطرق التسعير | 2 | الثامن والعشرون |
| امتحانات شفوية يومية وتحريرية شهرية واختبارات ومشاركات يومية | القاء نظري ومشاركات | الترويج والتوزيع التأميني | المفهوم وعناصر المزيج الترويجي، المفهوم واستراتيجيات التوزيع | 2 | التاسع والعشرون |
| | | | امتحان فصلي 2 | 2 | الثلاثون |



12. البنية التحتية

| | |
|---|--|
| <p>-1 مصادر رئيسية</p> <p>- الديوه جي، أبي سعيد، المفهوم الحديث لإدارة التسويق، دار الحامد للطباعة والنشر، عمان، الاردن، 2001.</p> <p>- البكري، ثامر ياسر، التسويق الصحي والدوائي، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الاردن، 2014.</p> <p>- الصميدعي، محمود جاسم، التسويق المصرفي، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الاردن، 2009.</p> <p>-2 مصادر مساعدة</p> <p>Kotler, Philip, Marketing Management" 12th edition, 2014.</p> | <p>القراءات المطلوبة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ كتب المقرر ▪ اخرى |
| | <p>متطلبات خاصة</p> |
| | <p>الخدمات الاجتماعية (وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية)</p> |

13. القبول

| | |
|--|---------------------------|
| | <p>المتطلبات السابقة</p> |
| | <p>أقل عدد من الطلبة</p> |
| | <p>أكبر عدد من الطلبة</p> |