

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الموصل

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم ادارة التسويق

وصف البرنامج الأكاديمي لقسم ادارة التسويق

المقدمة

يوفر وصف البرنامج الأكاديمي هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص البرنامج ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنماً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة .

المؤسسة التعليمية	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / جامعة الموصل / كلية الادارة والاقتصاد
القسم العلمي	ادارة التسويق
اسم البرنامج الأكاديمي	ادارة التسويق
اسم الشهادة النهائية	بكالوريوس في علوم ادارة التسويق
النظام الدراسي	النظام السنوي (العمل حالياً نحو التحول الى نظام المقررات حسب تعليمات الوزارة)
برنامج الاعتماد المعتمد	نظام الوحدات الدراسية
تاريخ اعداد البرنامج الأكاديمي	٢٠١٩/١١/٣
اهداف البرنامج الاكاديمي	<ol style="list-style-type: none">١. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم .٢. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في مجالات التسويقية المختلفة .٣. تأهيل الطلبة علمياً لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق .٤. تنمية وتنشيط القدرات الإبداعية والتطبيقية في المجالات التسويقية المختلفة .٥. تعزيز العلاقة مع منظمات المجتمع المحلي .٦. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي .٧. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم .٨. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها بهدف تنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية .٩. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية .١٠. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات .

أ. المعرفة والفهم : أ. ١. معارف مختلفة في مجال ادارة التسويق أ. ٢. فهم الاتجاهات الحديثة الواجب تطبيقها في المجال التسويقي		مخرجات التعلم المطلوبة وطرائق التعليم والتعلم والتقييم		
ب. المهارات الخاصة بالموضوع: ب. ١. المهارات التقنية . ب. ٢. المهارات الادارية				
محاضرات نظري وعملي، وتطبيقي، وواجبات يومية، والمناقشات.		طرائق التعليم والتعلم		
امتحانات، مهام، واجبات يومية، مناقشات، تقارير مختبرية، ومشروع تخرج .		طرائق التقييم		
ج. مهارات التفكير: ج. ١. مهارات التفكير الابداعي . ج. ٢. مهارة التخطيط .				
د. ١. القدرة على العمل في فريق متعدد الاختصاصات . د. ٢. القدرة على التواصل البناء .		المهارات العامة والمنقولة (المهارات الاخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي)		
		بنية البرنامج		
الساعات المعتمدة		اسم المقرر او المساق	رمز المقرر او المساق	المستوى / السنة
النظري	العملي			
٢		لغة العربية		السنة الاولى
٣		لغة انكليزية		
٣		ادارة اعمال ١		
٣		احصاء ١		
٢	٢	محاسبة مالية ١		
٣		اقتصاد جزئي		
٣		ادارة التسويق (١)	MKTG101	
٢	٢	حاسوب		
٢		مادة اختياري (جامعة)		
٣		ادارة اعمال ٢		
٣		احصاء ٢		
٢	٢	محاسبة مالية ٢		

٣		اقتصاد كلي		
٣		ادارة التسويق (٢)	MKTG102	
٣		تسويق خدمات	AEMM19_201	السنة الثانية
٣		استراتيجيات المنتجات وتحديد العلامة التجارية	AEMM19_202	
٢	٢	إمدادات التسويق وإدارة سلسلة التجهيز	AEMM19_203	
٢	٢	استراتيجيات تسعير المنتجات	AEMM19_204	
١	٢	أساليب كمية في التسويق	AEMM19_205	
٢		قانون تجاري	AEMM19_206	
١	٢	حاسوب (Word & Excel)	AEMM19_207	
٢		الإدارة الإستراتيجية	AEMM19_208	
٢		اللغة الانكليزية Headway	AEMM19_209	
٢	٢	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM19_301	
٣		التسويق العالمي	AEMM19_302	
٣		سلوك مستهلك	AEMM19_303	
٣		الاتصالات التسويقية المتكاملة	AEMM19_304	
٢		التسويق في المنشآت المتخصصة	AEMM19_305	
١	٢	بحوث تسويق	AEMM19_306	
٢		إدارة التفاوض	AEMM19_307	
١	٢	حاسوب (SPSS & Minitab)	AEMM19_308	
٢		مناهج البحث العلمي	AEMM19_309	
٣		إدارة علاقات الزبون	AEMM19_401	السنة الرابعة
٣		المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق	AEMM19_402	
٣		دراسات تسويقية معاصرة	AEMM19_403	
٣		الاستراتيجيات التسويقية	AEMM19_404	
١	٢	التسويق الالكتروني	AEMM19_405	
١	٢	قواعد البيانات التسويقية	AEMM19_406	
٢		مشروع بحث	AEMM19_407	

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) الاجرى المتعلقة بقابلية التوظيف و التطور الشخصي		مهارات التفكير		المهارات الخاصة بالموضوع		المعرفة والفهم		اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة / المستوى
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	لغة العربية		الاولى / المستوى الاول
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	لغة انكليزية		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	ادارة اعمال ١		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	احصاء ١		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	محاسبة مالية ١		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	اقتصاد جزئي		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	ادارة التسويق (١)	MKTG101	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	حاسوب		الاولى / المستوى الثاني
√	√	√	√	√	√	√	√	اختياري	متطلبات جامعة		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	ادارة اعمال ٢		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	احصاء ٢		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	محاسبة مالية ٢		
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	اقتصاد كلي		

√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	ادارة التسويق (٢)	MKTG102	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	تسويق خدمات	AEMM19_201	الثانية
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	استراتيجيات المنتجات وتحديد العلامة التجارية	AEMM19_202	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	إمدادات التسويق وإدارة سلسلة التجهيز	AEMM19_203	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	استراتيجيات تسعير المنتجات	AEMM19_204	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	أساليب كمية في التسويق	AEMM19_205	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	قانون تجاري	AEMM19_206	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	حاسوب (Word & Excel)	AEMM19_207	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الإدارة الإستراتيجية	AEMM19_208	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	اللغة الانكليزية Headway	AEMM19_209	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM19_301	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	التسويق العالمي	AEMM19_302	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	سلوك مستهلك	AEMM19_303	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الاتصالات التسويقية المتكاملة	AEMM19_304	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	التسويق في المنشآت المتخصصة	AEMM19_305	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	بحوث تسويق	AEMM19_306	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	إدارة التفاوض	AEMM19_307	

√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	حاسوب (SPSS & Minitab)	AEMM19_308	الرابعة
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	مناهج البحث العلمي	AEMM19_309	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	إدارة علاقات الزبون	AEMM19_401	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق	AEMM19_402	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	دراسات تسويقية معاصرة	AEMM19_403	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM19_404	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	التسويق الالكتروني	AEMM19_405	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	قواعد البيانات التسويقية	AEMM19_406	
√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	مشروع بحث	AEMM19_407	