



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

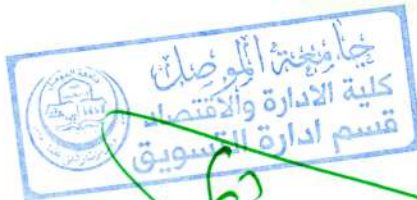
جامعة الموصل - كلية الإدارة
الاعتماد

دليل وصف البرنامج الأكاديمي
والمقرر الدراسي
لقسم إدارة التسويق

قسم إدارة التسويق

Dept. of
Marketing Management

2024



أ.د. نازك محمد سعدون الشيمان
عميد كلية الإدارة والاقتصاد

المقدمة:

يُعد البرنامج التعليمي بمثابة حزمة منسقة ومنظمة من المقررات الدراسية التي تشتمل على إجراءات وخبرات تنظم بشكل مفردات دراسية الغرض الأساس منها بناء وصقل مهارات الخريجين مما يجعلهم مؤهلين لتلبية متطلبات سوق العمل يتم مراجعته وتقييمه سنوياً عبر إجراءات وبرامج التدقيق الداخلي أو الخارجي مثل برنامج الممتحن الخارجي.

يقدم وصف البرنامج الأكاديمي ملخص موجز للسمات الرئيسية للبرنامج ومقرراته مبيناً المهارات التي يتم العمل على اكسابها للطلبة مبنية على وفق اهداف البرنامج الأكاديمي وتتجلى أهمية هذا الوصف لكونه يمثل الحجر الأساس في الحصول على الاعتماد البرامجي ويشترك في كتابته الملاكات التدريسية بإشراف اللجان العلمية في الأقسام العلمية.

ويتضمن هذا الدليل بنسخته الثانية وصفاً للبرنامج الأكاديمي بعد تحديث مفردات وفقرات الدليل السابق في ضوء مستجدات وتطورات النظام التعليمي في العراق والذي تضمن وصف البرنامج الأكاديمي بشكلها التقليدي نظام (سنوي، فصلي) فضلاً عن اعتماد وصف البرنامج الأكاديمي المعمم بموجب كتاب دائرة الدراسات ت م ٢٩٠٦/٣ في ٢٠٢٣/٥/٣ فيما يخص البرامج التي تعتمد مسار بولونيا أساساً لعملها.

وفي هذا المجال لا يسعنا إلا أن نؤكد على أهمية كتابة وصف البرامج الأكاديمية والمقررات الدراسية لضمان حسن سير العملية التعليمية.

مفاهيم ومصطلحات:

وصف البرنامج الأكاديمي: يوفر وصف البرنامج الأكاديمي إيجازاً مقتضباً لرؤيته ورسالته وأهدافه متضمناً وصفاً دقيقاً لمخرجات التعلم المستهدفة على وفق استراتيجيات تعلم محددة.

وصف المقرر: يوفر إيجازاً مقتضباً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنأ عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ويكون مشتق من وصف البرنامج.

رؤية البرنامج: صورة طموحة لمستقبل البرنامج الأكاديمي ليكون برنامجاً متطوراً وملهماً ومحفزاً وواقعياً وقابلاً للتطبيق.

رسالة البرنامج: توضح الأهداف والأنشطة اللازمة لتحقيقها بشكل موجز كما يحدد مسارات تطور البرنامج واتجاهاته.

اهداف البرنامج: هي عبارات تصف ما ينوي البرنامج الأكاديمي تحقيقه خلال فترة زمنية محددة وتكون قابلة للقياس والملاحظة.

هيكلية المنهج: كافة المقررات الدراسية / المواد الدراسية التي يتضمنها البرنامج الأكاديمي على وفق نظام التعلم المعتمد (فصلي، سنوي، مسار بولونيا) سواء كانت متطلب (وزارة، جامعة، كلية وقسم علمي) مع عدد الوحدات الدراسية.

مخرجات التعلم: مجموعة متوافقة من المعارف والمهارات والقيم التي اكتسبها الطالب بعد انتهاء البرنامج الأكاديمي بنجاح ويجب أن يُحدد مخرجات التعلم لكل مقرر بالشكل الذي يحقق اهداف البرنامج.

استراتيجيات التعليم والتعلم: بأنها الاستراتيجيات المستخدمة من قبل عضو هيئة التدريس لتطوير تعليم وتعلم الطالب وهي خطط يتم إتباعها للوصول إلى أهداف التعلم. أي تصف جميع الأنشطة الصفية واللاصفية لتحقيق نتائج التعلم للبرنامج.

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

اسم الجامعة: جامعة الموصل

الكلية/ المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي او المهني: بكالوريوس إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس في إدارة التسويق

النظام الدراسي: الكورسات

تاريخ اعداد الوصف: ٢٠٢٤

تاريخ ملء الملف: ٢٠٢٤



التوقيع :

اسم رئيس القسم: أ.م.د. محمد محمود حامد الملاحسن

التاريخ : ٢٠٢٤/٥/٢٢

التوقيع :

اسم المعاون العلمي: أ.د. علاء عبد السلام يحيى الحمداني

التاريخ : ٢٠٢٤/٥/٢٢

قسم إدارة التسويق

Dept. of

Marketing Management

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م. عمر زهير عز الدين

التاريخ ٢٠٢٤/٥/٢٢

التوقيع

مصادقة السيد العميد

عميد كلية الإدارة والاقتصاد



١. رؤية البرنامج

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

٢. رسالة البرنامج

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

٣. اهداف البرنامج

٤. 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.
٥. خدمة العملية الإنتاجية والتسويقية من خلال الكوادر القادرة على دراسة السوق وتحليله وتحديد الحاجات والرغبات ومحاولة تلبيتها.
٦. تنمية قدرات الطلبة لتتواكب مع تقانة المعلومات وممارسات التسويق المتجددة في بيئة الاعمال.
٧. تحقيق مستويات متميزة من التدريس، وتدريس مفردات ذات متطلبات عالية، وممارسة الإرشاد الأكاديمي والعملية، والتعاون مع المنظمات ذات التوجه الأكاديمي والعملية.
٨. بناء شراكة استراتيجية بين القسم ومجتمع الأعمال، بما ينعكس على دعم برامج القسم، وتوظيف الطلاب بعد تخرجهم.
٩. تنمية قدرات الطلاب على بحث وتحليل وتشخيص المشاكل التسويقية والقدرة على حلها، ووضع الخطط والاستراتيجيات والبرامج التنفيذية على أسس علمية سليمة باستخدام التقنيات الحديثة.
١٠. الارتقاء بالواقع العلمي لطلاب قسم ادارة التسويق لمواكبة معايير التصنيف العالمية والاقليمية.
١١. التركيز على إجراء البحوث العلمية، والدراسات التطبيقية المتقدمة، من خلال توظيف المعارف

- والمهارات التي تعلمها الطالب في كافة تخصصات السوق.
١٢. مشاركة الخبرات للتدريسين والطلبة بما يخدم المنظمات العامة والخاصة في الابداع التسويقي.
١٣. تقديم الاستشارة الى فئات المجتمع بما يحقق النشاط التسويقي العائلي او الفردي.
١٤. تنظيم المؤتمرات والندوات العلمية وحلقات النقاش وورش العمل في مجالات التسويق لتبادل الخبرات المحلية والأجنبية والوقوف على التطورات العلمية المعاصرة في التسويق.

١٥. الاعتماد البرامجي

المعايير الوطنية لاعتماد برامج كليات الإدارة والاقتصاد في العراق

١٦. المؤثرات الخارجية الأخرى

وزارة التجارة + وزارة الثقافة

١٧. هيكلية البرنامج

ملاحظات *	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	١٧.٧	٢٤	١٠	متطلبات المؤسسة
	١٧.٧	٢٤	٨	متطلبات الكلية
	٦٢.٩	٨٥	٣٦	متطلبات القسم
	١.٤	٢	١	التدريب الصيفي
				أخرى

* ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

١٨. وصف البرنامج

الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري			
-	٣	إدارة الأعمال ١	AEMM24-101	السنة الأولى / الكورس الاول
-	٣	إدارة التسويق ١	AEMM24-102	

٢	١	إحصاء ١	AEMM24-103	
٢	١	محاسبة مالية ١	AEMM24-104	
٢	١	اقتصاد جزئي ١	AEMM24-105	
-	٢	لغة العربية	AEMM24-106	
	٢	Headway (Beginner)	AEMM24-107	
-	٣	إدارة الأعمال ٢	AEMM24-108	
-	٣	إدارة التسويق ٢	AEMM24-109	
٢	١	إحصاء ٢	AEMM24-110	السنة الأولى / الكورس الثاني
٢	١	محاسبة مالية ٢	AEMM24-111	
٢	١	اقتصاد كلي ٢	AEMM24-112	
٢	١	اساسيات الحاسوب	AEMM24-113	
-	٢	حقوق انسان وديمقراطية	AEMM24-114	
-	٣	تسويق خدمات (١)	AEMM24-201	
-	٣	إمدادات التسويق	AEMM24-202	السنة الثانية / الكورس الاول
-	٢	المنتج	AEMM24-203	
-	٢	التسعير	AEMM24-204	
-	٢	الادارة الإستراتيجية	AEMM24-205	
٢	١	أساليب كمية في التسويق	AEMM24-206	
٢	١	التطبيقات المكتبية (Word & PowerPoint)	AEMM24-207	
-	٣	تسويق خدمات (٢)	AEMM24-208	
-	٢	التوزيع	AEMM24-209	
-	٢	الترويج	AEMM24-210	
-	٢	ادارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM24-211	
-	٢	إدارة المبيعات	AEMM24-212	
-	٢	Headway (elementary)	AEMM24-213	السنة الثانية / الكورس الثاني
٢	١	التطبيقات المكتبية (Excel)	AEMM24-214	
-	٣	التسويق العالمي	AEMM24-301	
٢	١	بحوث تسويق	AEMM24-302	
-	٢	سلوك مستهلك	AEMM24-303	
-	٢	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM24-304	
-	٢	Headway (pre-intermediate)	AEMM24-305	
٢	١	أساسيات الانترنت	AEMM24-306	
-	٣	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM24-307	السنة الثالثة / الكورس الثاني
-	٢	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM24-308	
-	٢	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM24-309	

-	٢	ادارة الجودة التسويقية	AEMM24-310	
-	٢	إدارة التفاوض	AEMM24-311	
-	٢	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM24-312	
-	٢	مناهج البحث العلمي	AEMM24-313	
-	٣	ادارة علاقات الزبائن	AEMM24-401	السنة الرابعة / الكورس الاول
-	٣	دراسات تسويقية معاصرة (١)	AEMM24-402	
٢	١	قواعد البيانات التسويقية	AEMM24-403	
-	٢	التسويق الزراعي	AEMM24-404	
-	٢	التسويق الدوائي	AEMM24-405	
-	٢	التسويق الرياضي	AEMM24-406	
-	٢	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM24-407	السنة الرابعة / الكورس الثاني
-	٣	دراسات تسويقية معاصرة (٢)	AEMM24-408	
-	٣	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM24-409	
٢	١	التسويق الالكتروني	AEMM24-410	
-	٢	التسويق السياحي والفندقي	AEMM24-411	
-	٢	Headway (intermediate)	AEMM24-412	

١٩. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج	
المعرفة	
الخزين المعرفي المتولد لدى الطالب من المعلومات التي تلقاها خلال المحاضرات الاكاديمية خلال الأسبوع الواحد	١. معارف مختلفة في مجال ادارة التسويق ٢. فهم الاتجاهات الحديثة الواجب تطبيقها في المجال التسويقي ٣. تعريف الطلبة بالمفاهيم التسويقية المعاصرة
المهارات	
القدرة على استخدام الحاسوب بمهارة والتعامل مع البرامج التعليمية المختلفة	المهارات التقنية.
الأسلوب الإداري الجيد والقدرة على اتباع الأساليب الإدارية السليمة في الخطابات والتعاملات مع الوحدات الإدارية المختلفة	المهارات الادارية
التمتع بالمهارات التسويقية المختلفة من خلال القدرة على تحديد الأسعار بدقة والقدرة التفاوضية وأساليب الامداد والترويج التقليدي والالكتروني والمفاهيم التسويقية المختلفة	المهارات التسويقية
القيم	
من خلال التحلي بالأخلاق في التعاملات بين الزبائن المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في الأساليب التسويقية المتنوعة وكذلك الحفاظ على البيئة من خلال الاستدامة والطاقة النظيفة والعمل على تسويقها وترويجها بالأساليب التسويقية المتنوعة	القيم الاخلاقية

القيم الإدارية	إيجاد موظف كفوء ونزيه وكذلك غرس القيم الوظيفية والتشجيع على النزاهة الوظيفية لديه
----------------	---

٤. استراتيجيات التعليم والتعلم

١. تمكين الطالب من التعرف على المفاهيم التسويقية والعمل على إيجاد الحلول التسويقية للمشاكل التسويقية التي تعاني منها المنظمات.
٢. العمل على إيصال المعرفة التسويقية بثتى اشكالها الى الطالب ومحاولة الوصول الى الفهم العميق حول المواد الدراسية المختلفة.
٣. العمل على تقديم المعرفة المهارة التسويقية التي يجب ان يتحلى بها موظف التسويق في المنظمات المختلفة .

٥. طرائق التقييم

- التحضيرات اليومية
- الامتحانات الشفوية
- التقارير
- الامتحان الفصلي

٦. الهيئة التدريسية					
أعضاء هيئة التدريس					
اعداد الهيئة التدريسية		المتطلبات/المهارات الخاصة (ان وجدت)	التخصص		الرتبة العلمية
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د. محمد محمود حامد الملاحسن
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د. جرجيس عمير عباس الحديدي
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د. ندى عبدالباسط كشمولة
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د. ليلي جارالله خليل الطائي
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د. منذر خضر يعقوب المهدي
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د. بشار ذاكِر صالح القوطجي
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د. يونس احمد خليل النعيمي
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د. هند خضر احمد القيسي

	*		اقتصاد زراعي	اقتصاد	م.د. سيف عبد الله الاعرجي
	*		لغة انكليزية	طرائق تدريس	م. رفل محمود جاسم الدليمي
	*		نظم معلومات إدارية	نظم معلومات إدارية	م. سيف خالد عبدالعزيز زكريا
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م. محمد احمد محمود الحمامي
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م. شيماء ناظم حمدون الفهادي
	*		نظم معلومات إدارية	نظم معلومات إدارية	م. سهم حازم نجيب طويبا
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.م. بهاء حبيب محمود الطائي
	*		شبكات	حاسوب	م.م. ابتسام كريم تركي
	*		إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.م. عبدالباري عبد المجيد احمد الحمداني
	*		نظم معلومات	إدارة الاعمال	م.م. تقى عبد النافع طه النعيمي
	*		إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م. نجدت مصطفى مسيب
	*		إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م. ياسر محمد إبراهيم
	*		إدارة منظمة	إدارة الاعمال	م.م. احمد خالد
	*		محاسبة	محاسبة	م.م. أسماء سالم محمد

التطوير المهني

توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. اجتياز دورة طرائق التدريس.
2. ادخالهم في دورات تطويرية وتعليمية .
3. ادخالهم في محاضرات كمساعد مع أسناذ اقدم .

التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

1. البحوث العلمية المطالبين بها خلال السنة التقويمية الواحدة.
2. المؤتمرات والورش والندوات المختلفة
3. مقترحاتهم بشأن تطوير المفردات العلمية .
4. التقييم السنوي لهم واجتيازهم الدرجة المقبولة في التقييم

7. معيار القبول

القبول المركزي + الدراسة المسائية

8. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

موقع القسم الالكتروني ضمن كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل

٩. خطة تطوير البرنامج

مشاركة الأستاذ المساعد الدكتور محمد محمود حامد الملاحسن رئيس القسم في لجنة وزارية لتطوير مناهج كليات الإدارة والاقتصاد وبالتحديد مناهج قسم إدارة التسويق على مستوى كليات الإدارة والاقتصاد في الجامعات العراقية بموجب الامر الوزاري المرقم ت/٣/٢١٩٩ في ٢٠٢٣/٣/١٩



مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم				المهارات				المعرفة				اساسي أم اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة / المستوى
ج ٤	ج ٣	ج ٢	ج ١	ب ٤	ب ٣	ب ٢	ب ١	أ ٤	أ ٣	أ ٢	أ ١				
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة الأعمال ١	AEMM24-101	السنة الأولى / الكورس الاول
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة التسويق ١	AEMM24-102	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إحصاء ١	AEMM24-103	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	محاسبة مالية ١	AEMM24-104	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	اقتصاد جزئي ١	AEMM24-105	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	لغة العربية	AEMM24-106	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	Headway (Beginner)	AEMM24-107	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة الأعمال ٢	AEMM24-108	السنة الأولى / الكورس الثاني
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة التسويق ٢	AEMM24-109	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إحصاء ٢	AEMM24-110	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	محاسبة مالية ٢	AEMM24-111	

Dept. of
Marketing Management

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	اقتصاد كلي ٢	AEMM24-112	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	اساسيات الحاسوب	AEMM24-113	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	حقوق انسان وديمقراطية	AEMM24-114	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	تسويق خدمات (١)	AEMM24-201	السنة الثانية / الكورس الاول
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إمدادات التسويق	AEMM24-202	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	المنتج	AEMM24-203	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسعير	AEMM24-204	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	الادارة الإستراتيجية	AEMM24-205	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	أساليب كمية في التسويق	AEMM24-206	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التطبيقات المكتبية (Word & PowerPoint)	AEMM24-207	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	تسويق خدمات (٢)	AEMM24-208	السنة الثانية / الكورس الثاني
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التوزيع	AEMM24-209	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	الترويج	AEMM24-210	

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	ادارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM24-211	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة المبيعات	AEMM24-212	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	Headway (elementary)	AEMM24-213	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التطبيقات المكتبية (Excel)	AEMM24-214	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسويق العالمي	AEMM24-301	السنة الثالثة/ الكورس الاول
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	بحوث تسويق	AEMM24-302	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	سلوك مستهلك	AEMM24-303	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM24-304	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	Headway (pre- intermediate)	AEMM24-305	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	أساسيات الانترنت	AEMM24-306	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM24-307	السنة الثالثة الكورس / الثاني
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM24-308	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM24-309	

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	ادارة الجودة التسويقية	AEMM24-310	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة التفاوض	AEMM24-311	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM24-312	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	مناهج البحث العلمي	AEMM24-313	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	ادارة علاقات الزبائن	AEMM24-401	السنة الرابعة / الكورس الاول
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	دراسات تسويقية معاصرة (١)	AEMM24-402	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	قواعد البيانات التسويقية	AEMM24-403	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسويق الزراعي	AEMM24-404	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسويق الدوائي	AEMM24-405	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسويق الرياضي	AEMM24-406	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM24-407	السنة الرابعة / الكورس الثاني
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	دراسات تسويقية معاصرة (٢)	AEMM24-408	

Dept. of
Marketing Management

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM24-409
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسويق الالكتروني	AEMM24-410
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسويق السياحي والفندقي	AEMM24-411
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	Headway (intermediate)	AEMM24-412

• يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم



