

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الموصل

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم ادارة التسويق

الدراسات العليا

## وصف البرنامج الأكاديمي لدرجة الماجستير في علوم ادارة التسويق

المقدمة

يوفر وصف البرنامج الأكاديمي هذا إيجازاً مقتضباً لأهم خصائص البرنامج ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنماً 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	ماجستير ادارة التسويق
اسم الشهادة النهائية	ماجستير في علوم ادارة التسويق
النظام الدراسي	النظام الكورسات مع الرسالة العلمية
برنامج الاعتماد المعتمد	نظام الوحدات الدراسية
تاريخ اعداد البرنامج الأكاديمي	٢٠٢٣/٦/٢٠
اهداف البرنامج الأكاديمي	يهدف البرنامج في تخصص علوم إدارة التسويق إلى تنمية القدرات العلمية والمهارية والتسويقية للدارسين، وسيتم التركيز على تنمية البحث العلمي وزجه في خدمة المجتمع وكذلك إنشاء توافق بين المعرفة العلمية والتطبيقات الميدانية في مجال التخصص من خلال اعداد الرسائل الاطاريح والدراسات الميدانية التي تخدم المجتمع والمنظمات بشكل عام .
أبرز اتجاهات البرنامج الأكاديمي	١ . معاصرة الافكار التسويقية في الجامعات العالمية . ٢ . ادخال التطبيقات الحاسوبية ضمن برامج تسويقية هادفة . ٣ . اهمية التسويق في برامج التنمية الاجتماعية وتسويق الافكار، وكذلك تسويق البرامج في كافة القطاعات .

<p>٤ . المنهجية العلمية الحديثة في اعداد البحوث والدراسات التسويقية</p> <p>٥ . الأسس الصحيحة في اختيار العناوين والعمل حل المشاكل التي يعاني منها القطاع العام والخاص فيما يتعلق بعلوم إدارة التسويق</p>	
<p>١ . استقطاب الكفاءات العلمية من أعضاء هيئة التدريس .</p> <p>٢ . تنمية وتطوير كفاءة هيئة التدريس بما يواكب التطورات في المجالات المعرفية والتقنية .</p> <p>٣ . توفير الإصدارات الحديثة من الكتب والدوريات في مجال الاختصاص .</p> <p>٤ . استخدام الوسائل التقنية والعملية في التدريس .</p> <p>٥ . التركيز على الجانب التطبيقي في التدريس من خلال استخدام أساليب الحالة أو تمثيل الأدوار وغير ذلك .</p> <p>٦ . تحفيز أعضاء هيئة التدريس في المجالات التأليف والبحث العملي والمشاركة في المؤتمرات والندوات العلمية .</p> <p>٧ . الانفتاح على منظمات المجتمع المحلي ودعوة المختصين في هذه المنظمات لإلقاء محاضرات نوعية تعكس تجاربهم في العمل .</p> <p>٨ . المشاركة في المؤتمرات العلمية والدورات لغرض إكساب أعضاء هيئة التدريس الخبرة والمعرفة من خلال الاطلاع على تجارب الآخرين .</p> <p>٩ . التوسع في استخدام الحاسوب وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات في التدريس .</p> <p>١٠ . العمل على استخدام وتوظيف الوسائل التعليمية التفاعلية والمحاكاة الواقعية لغرض الايصال الجيد للمادة العلمية</p> <p>١١ . السمنارات والمعايشات الميدانية والعمل على النقد والتحليل الواقعي للمفاهيم التسويقية للعاصرة والعمل على تجزئتها واختيار الجانب السليم من الحلول الواقعية وإمكانية إضافة السيناريوهات لغرض التنبؤ بالمشكلة والعمل على إيجاد الحلول قبل وقوعها والتي تُخدم المنظمات في هذا المجال</p>	<p>وسائل تحقيق البرنامج الأكاديمي</p>
<p>١ . منظمات الاعمال المختلفة .</p> <p>٢ . الوزارات بكافة تشكيلاتها المختلفة .</p> <p>٣ . منظمات المجتمع المدني ومنظمات حماية البيئة وحماية المستهلك .</p> <p>٤ . المنظمات الدولية التي لديها فروع محلية .</p> <p>٥ . الجامعات الاهلية ذات الطابع المشترك في تخصص ادارة التسويق</p>	<p>الجهات العلمية المساندة للبرنامج الأكاديمي</p>
<p>١ . وزارة التعليم العالي والبحث العلمي .</p> <p>٢ . وزارة الصناعة والمعادن والكهرباء والتجارة .</p> <p>٣ . المنظمات ذات الطابع التسويقي .</p>	<p>الجهات المستفيدة من البرنامج الأكاديمي</p>

٤ . المنظمات الصغيرة .	
يؤهل قسم إدارة التسويق الطلبة للعمل الحاصلين على شهادة الماجستير في علوم ادارة التسويق في العديد من المجالات والوظائف في قطاع الأعمال الخاص والعام وكما يلي : ١ . تدريسي في الجامعات الحكومية الاهلية في تخصص علوم ادارة التسويق ٢ . مدير التسويق في المنظمات الحكومية والاهلية . ٣ . خبير تسويق . ٤ . باحث تسويقي .	فرص العمل المتاحة