



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

دليل وصف البرنامج الأكاديمي والمقرر
الدراسي لبرنامج البكالوريوس
لقسم إدارة التسويق



2024

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 الرئيسة للبرنامج ومقرراته ومسار بولونيا (المرحلة الاولى) 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 الثالثة 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 2906/3 في 2023/5/3 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 لنظام الكورسات

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 واقعياً 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 أو المهني: بكالوريوس إدارة التسويق
اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس في إدارة التسويق
النظام الدراسي: المرحلة الأولى (مسار بولونيا)
النظام الدراسي: المرحلة الثانية / الثالثة / الرابعة (الكورسات)
تاريخ اعداد الوصف: 2024/10/1
تاريخ ملء الملف: 2024/10/1

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

التوقيع :
اسم رئيس القسم: أ.م.د. بشار ذاكراً صالح القوطجي
التاريخ :



دقق الملف من قبل
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: د.م. عمر زهير عز الدين

التاريخ :
التوقيع :

أ.د. سنان زهير محمد جميل
عميد كلية الإدارة والاقتصاد

مصادقة السيد العميد



1. رؤية البرنامج

الريادة في التعليم والبحوث التسويقية لتلبية متطلبات السوق وتحقيق التنمية المستدامة محلياً وعالمياً

2. رسالة البرنامج

إعداد كوادر تسويقية متميزة علمياً وعملياً، من خلال برامج أكاديمية تواكب التطورات الحديثة، وإعداد بحوث علمية تساهم في حل مشكلات المجتمع وتعزيز تنافسية سوق العمل، مع الالتزام بالقيم الأخلاقية والمهنية

3. أهداف البرنامج

1. تطوير البرامج الأكاديمية بما يتوافق مع معايير الجودة والاعتماد الأكاديمي، واحتياجات سوق العمل المحلي والدولي.
2. تعزيز المهارات الرقمية والتقنية لدى الطلبة، خاصة في مجالات التسويق الرقمي وتحليل البيانات والتجارة الإلكترونية.
3. رفع كفاءة البحث العلمي وربط مشاريع التخرج والبحوث التطبيقية بقضايا السوق والمجتمع.
4. بناء شراكات فاعلة مع مؤسسات القطاع العام والخاص، لتوفير فرص تدريب وتوظيف واستشارات تسويقية.
5. تنمية مهارات ريادة الأعمال والابتكار لدى الطلبة بما يهيئهم لسوق العمل الحر والمشاريع الريادية.
6. الاهتمام بالقيم الأخلاقية والمجتمعية في ممارسات التسويق، وتعزيز مفهوم التسويق المستدام.
7. التوسع في التعليم المستمر والتدريب عبر تقديم دورات وبرامج مهنية موجهة للمجتمع المحلي والمؤسسات.
8. دعم التعليم المدمج واستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق.
9. ترسيخ مفاهيم التنمية المستدامة في الاستراتيجيات التسويقية.

4. الاعتماد البرامجي

المعايير الوطنية لاعتماد برامج كليات الإدارة والاقتصاد في العراق

5. المؤثرات الخارجية الأخرى

وزارة التجارة + وزارة الثقافة + وزارة الصحة + وزارة الزراعة + وزارة الشباب والرياضة + منظمات المجتمع المدني

6. هيكلية البرنامج				
هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات *
متطلبات المؤسسة	10	24	17.7	
متطلبات الكلية	8	24	17.7	
متطلبات القسم	36	85	62.9	
التدريب الصيفي	1	2	1.4	
أخرى				

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

7. وصف البرنامج				
السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة	
			نظري	عملي
السنة الأولى / الكورس الأول	AEMM24-101	إدارة الأعمال 1	3	-
	AEMM24-102	إدارة التسويق 1	3	-
	AEMM24-103	إحصاء 1	1	2
	AEMM24-104	محاسبة مالية 1	1	2
	AEMM24-105	اقتصاد جزئي 1	1	2
	AEMM24-106	لغة العربية	2	-
	AEMM24-107	Headway (Beginner)	2	-
السنة الأولى / الكورس الثاني	AEMM24-108	إدارة الأعمال 2	3	-
	AEMM24-109	إدارة التسويق 2	3	-
	AEMM24-110	إحصاء 2	1	2
	AEMM24-111	محاسبة مالية 2	1	2
	AEMM24-112	اقتصاد كلي 2	1	2
	AEMM24-113	اساسيات الحاسوب	1	2
	AEMM24-114	حقوق انسان وديمقراطية	2	-
السنة الثانية / الكورس الأول	AEMM24-201	تسويق خدمات (1)	3	-
	AEMM24-202	إمدادات التسويق	3	-
	AEMM24-203	المنتج	2	-
	AEMM24-204	التسعير	2	-
	AEMM24-205	الادارة الإستراتيجية	2	-

2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM24-206	السنة الثانية / الكورس الثاني
2	1	التطبيقات المكتبية (Word & PowerPoint)	AEMM24-207	
-	3	تسويق خدمات (2)	AEMM24-208	
-	2	التوزيع	AEMM24-209	
-	2	الترويج	AEMM24-210	
-	2	ادارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM24-211	
-	2	إدارة المبيعات	AEMM24-212	
-	2	Headway (elementary)	AEMM24-213	
2	1	التطبيقات المكتبية (Excel)	AEMM24-214	السنة الثالثة / الكورس الاول
-	3	التسويق العالمي	AEMM24-301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM24-302	
-	2	سلوك مستهلك	AEMM24-303	
-	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM24-304	
-	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM24-305	
2	1	أساسيات الانترنت	AEMM24-306	
-	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM24-307	السنة الثالثة / الكورس الثاني
-	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM24-308	
-	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM24-309	
-	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM24-310	
-	2	إدارة التفاوض	AEMM24-311	
-	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM24-312	
-	2	مناهج البحث العلمي	AEMM24-313	
-	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM24-401	السنة الرابعة / الكورس الاول
-	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM24-402	
2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM24-403	
-	2	التسويق الزراعي	AEMM24-404	
-	2	التسويق الدوائي	AEMM24-405	
-	2	التسويق الرياضي	AEMM24-406	
-	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM24-407	
-	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM24-408	السنة الرابعة / الكورس الثاني
-	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM24-409	
2	1	التسويق الالكتروني	AEMM24-410	
-	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM24-411	
-	2	Headway (intermediate)	AEMM24-412	

8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

المعرفة	
1. معارف مختلفة في مجال ادارة التسويق	الخزين المعرفي المتولد لدى الطالب من المعلومات التي تلقاها خلال المحاضرات
2. فهم الاتجاهات الحديثة الواجب تطبيقها في المجال التسويقي	الأكاديمية خلال الأسبوع الواحد
3. تعريف الطلبة بالمفاهيم التسويقية المعاصرة	
المهارات	
المهارات التقنية.	القدرة على استخدام الحاسوب بمهارة والتعامل مع البرامج التعليمية المختلفة
المهارات الادارية	الأسلوب الإداري الجيد والقدرة على اتباع الأساليب الإدارية السليمة في الخطابات والتعاملات مع الوحدات الإدارية المختلفة
المهارات التسويقية	التمتع بالمهارات التسويقية المختلفة من خلال القدرة على تحديد الأسعار بدقة والقدرة التفاوضية وأساليب الامداد والترويج التقليدي والالكتروني والمفاهيم التسويقية المختلفة
القيم	
القيم الاخلاقية	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 الإدارية	إيجاد موظف كفوء ونزيه وكذلك غرس القيم الوظيفية والتشجيع على النزاهة الوظيفية لديه

4. استراتيجيات التعلم والتعليم

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

5. طرائق التقييم

• التحضيرات اليومية
• الامتحانات الشفهية

- التقارير
- الامتحان الفصلي

6. الهيئة التدريسية					
أعضاء هيئة التدريس					
الرتبة العلمية	التخصص		المتطلبات/المهارات الخاصة (إن وجدت)		اعداد الهيئة التدريسية
	عام	خاص	ملاك	محاضر	
أ.م.د. محمد محمود حامد الملاحسن	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
أ.م.د. جرجيس عمير عباس الحديدي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
أ.م.د. ندى عبدالباسط كشمولة	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
أ.م.د. ليلى جارالله خليل الطائي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
أ.م.د. منذر خضر يعقوب المهدي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
أ.م.د. بشار ذاكراً صالح القوطجي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
م.د. يونس احمد خليل النعيمي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
م.د. هند خضر احمد القيسي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
م.د. سيف عبد الله الاعرجي	اقتصاد	اقتصاد زراعي	*		
م. رفل محمود جاسم الدليمي	طرائق تدريس	لغة انكليزية	*		
م. سيف خالد عبدالعزيز زكريا	نظم معلومات إدارية	نظم معلومات إدارية	*		
م. محمد احمد محمود الحمادي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
م. شيماء ناظم حمدون الفهادي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
م. سهم حازم نجيب طوبيا	نظم معلومات إدارية	نظم معلومات إدارية	*		
م.م. بهاء حبيب محمود الطائي	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
م.م. ابتسام كريم تركي	حاسوب	شبكات	*		
م.م. عبدالباري عبد المجيد احمد الحمداني	إدارة الاعمال	إدارة التسويق	*		
م.م. تقى عبد النافع طه النعيمي	إدارة الاعمال	نظم معلومات	*		
م.م. نهدت مصطفى مسيب	إدارة التسويق	إدارة التسويق	*		
م.م. ياسر محمد إبراهيم	إدارة التسويق	إدارة التسويق	*		
م.م. احمد خالد	إدارة الاعمال	إدارة منظمة	*		
م.م. أسماء سالم محمد	محاسبة	محاسبة	*		

التطوير المهني

توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

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

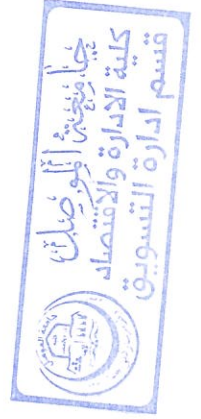
موقع القسم الالكتروني ضمن كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل

9. 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/2199 في 2023/3/19



مخطط مهارات البرنامج														
مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج														
القيم						المهارات				المعرفة				
4ج	3ج	2ج	1ج	4ب	3ب	2ب	1ب	4أ	3أ	2أ	1أ	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة / المستوى
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	إدارة الأعمال 1	AEMM24-101	السنة الأولى / الكورس الأول
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	إدارة التسويق 1	AEMM24-102	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	إحصاء 1	AEMM24-103	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	محاسبة مالية 1	AEMM24-104	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اقتصاد جزئي 1	AEMM24-105	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	لغة العربية	AEMM24-106	السنة الأولى / الكورس الثاني
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	Headway (Beginner)	AEMM24-107	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	إدارة الأعمال 2	AEMM24-108	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	إدارة التسويق 2	AEMM24-109	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	إحصاء 2	AEMM24-110	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	محاسبة مالية 2	AEMM24-111	



	AEMM24-112	اقتصاد كلي 2	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-113	اماسيات الحاسوب	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-114	حقوق انسان وديمقراطية	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
السنة الثانية الكورس / الاول	AEMM24-201	تسويق خدمات (1)	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-202	إمدادات التسويق	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-203	المنتج	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-204	التسعير	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-205	الادارة الإستراتيجية	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-206	أساليب كمية في التسويق	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
السنة الثانية الكورس / الثاني	AEMM24-207	التطبيقات المكتبية (Word & PowerPoint)	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-208	تسويق خدمات (2)	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-209	التوزيع	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-210	الترويج	امامي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

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

	AEMM24-310	ادارة الجودة التسويقية	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-311	إدارة التفاوض	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-312	التطبيقات الإحصائية في التسويق	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-313	مناهج البحث العلمي	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
السنة الرابعة / الكورس الاول	AEMM24-401	ادارة علاقات الزبائن	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-402	دراسات تسويقية معاصرة (1)	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-403	قواعد البيانات التسويقية	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-404	التسويق الزراعي	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-405	التسويق الدولي	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-406	التسويق الرياضي	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
السنة الرابعة / الكورس الثاني	AEMM24-407	المسؤولية الاجتماعية والإخلاقية للتسويق	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-408	دراسات تسويقية معاصرة (2)	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	AEMM24-409	الاستراتيجيات التسويقية	اساسي	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	التسويق الإلكتروني	AEMM24-410	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	التسويق السياحي والفندقي	AEMM24-411	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	Headway (intermediate)	AEMM24-412	

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

