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

وصف البرنامج الأكاديمي للدرجة الماجستير في علوم ادارة التسويق

جامعة بغداد
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة التسويق

2024

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

اسم الجامعة: جامعة الموصل

الكلية/ المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي او المهني: ماجستير في علوم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: ماجستير في إدارة التسويق

النظام الدراسي: درجة الماجستير

تاريخ اعداد الوصف: 2024/10/1

تاريخ ملء الملف: 2024/10/1

التوقيع :

اسم رئيس القسم: أ.م.د. بشار ذاكر صالح القوطجي

التاريخ :

التوقيع :

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

التاريخ :

دقق الملف من قبل م.م. رند ابراهيم

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التاريخ

التوقيع

مصادقة السيد العميد

أ.د. سنان زهير محمد جميل

العميد

المقدمة

يوفر وصف البرنامج الأكاديمي هذا ايجازاً مقتضياً لأهم خصائص البرنامج ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مر هناً 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	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	2025/5/20
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	1. معاصرة الافكار التسويقية في الجامعات العالمية. 2. ادخال التطبيقات الحاسوبية ضمن برامج تسويقية هادفة . 3. اهمية التسويق في برامج التنمية الاجتماعية وتسويق الافكار، وكذلك تسويق البرامج في كافة القطاعات . 4. المنهجية العلمية الحديثة في اعداد البحوث والدراسات التسويقية 5. الأسس الصحيحة في اختيار العناوين والعمل حل المشاكل التي يعاني منها القطاع العام والخاص فيما يتعلق بعلوم إدارة التسويق
وسائل تحقيق البرنامج الأكاديمي	1. استقطاب الكفاءات العلمية من أعضاء هيئة التدريس . 2. تنمية وتطوير كفاءة هيئة التدريس بما يواكب التطورات في المجالات المعرفية والتقنية . 3. توفير الإصدارات الحديثة من الكتب والدوريات في مجال الاختصاص . 4. استخدام الوسائل التقنية والعملية في التدريس . 5. التركيز على الجانب التطبيقي في التدريس من خلال استخدام أساليب الحالة أو تمثيل الأدوار وغير ذلك . 6. تحفيز أعضاء هيئة التدريس في المجالات التأليف والبحث العملي والمشاركة في المؤتمرات والندوات العلمية .

	7. الانفتاح على منظمات المجتمع المحلي ودعوة المختصين في هذه المنظمات لإلقاء محاضرات نوعية تعكس تجاربهم في العمل . 8. المشاركة في المؤتمرات العلمية والدورات لغرض إكساب أعضاء هيئة التدريس الخبرة والمعرفة من خلال الاطلاع على تجارب الآخرين . 9. التوسع في استخدام الحاسوب وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات في التدريس . 10. العمل على استخدام وتوظيف الوسائل التعليمية التفاعلية والمحاكاة الواقعية لغرض الايصال الجيد للمادة العلمية 11. السمنارات والمعايشات الميدانية والعمل على النقد والتحليل الواقعي للمفاهيم التسويقية المعاصرة والعمل على تجزئتها واختيار الجانب السليم من الحلول الواقعية وإمكانية إضافة السيناريوهات لغرض التنبؤ بالمشكلة والعمل على إيجاد الحلول قبل وقوعها والتي تخدم المنظمات في هذا المجال
الجهات العلمية المساندة للبرنامج الأكاديمي	1. منظمات الاعمال المختلفة . 2. الوزارات بكافة تشكيلاتها المختلفة . 3. منظمات المجتمع المدني ومنظمات حماية البيئة وحماية المستهلك . 4. المنظمات الدولية التي لديها فروع محلية . 5. الجامعات الاهلية ذات الطابع المشترك في تخصص ادارة التسويقي
الجهات المستفيدة من البرنامج الأكاديمي	1. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي . 2. وزارة الصناعة والمعادن والكهرباء والتجارة . 3. وزارة التجارة 4. وزارة الزراعة 5. وزارة الصحة 6. المنظمات ذات الطابع التسويقي . 7. المنظمات الصغيرة .
فرص العمل المتاحة	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 : 1. تدريسي في الجامعات الحكومية الاهلية في تخصص علوم ادارة التسويق 2. مدير التسويق في المنظمات الحكومية والاهلية . 3. خبير تسويق . 4. باحث تسويقي .

مجلس كلية المثنى الجامعة
قسم ادارة والاقتصاد
قسم ادارة التسويق