

المرحلة الأولى الكورس الاول

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	Principles of business Administration		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM1101		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	175		
Module Level	1	Semester of Delivery	1
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Ahmed Khalid Khaleel		e-mail ahmed.hamadi@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assist. Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	N.A		e-mail E-mail
Peer Reviewer Name	N. A		e-mail E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10 /2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none">1. تزويد الطالب بالمعرفة عن مبادئ الإدارة ودورها في المنظمات التسويقية على نحو خاص.2. تزويد طلاب المرحلة الاولى بمبادئ عامة عن علم الإدارة والتي تصبح كقاعدة اساسية يتم الاعتماد عليها في تطوير سياسات المنظمات التسويقية وتنميتها.3. اعطاء الطالب فكرة عن الإدارة وطبيعتها وتطورها عبر الحقب الزمنية التي مرت بها فضلا عن توضيح اهم وظائف الإدارة وانشطتها الاساسية والمساعدة.
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none">1. التعرف على اهم مفردات مادة الإدارة وهي تعتبر اساسيات في علم الإدارة.2. تأهيل الطلبة وتهيئتهم لمواضيع متقدمة في مادة الإدارة في سنوات دراسية لاحقة.3. التعرف على مهمات المدير ومهاراته ومصادرها ومستويات الإدارة في المنظمة.4. تطوير الفكر التنظيمي من خلال التعرف على اهم مدراس الإدارة والتي تعتبر قاعدة اساسية في بناء إدراك الطالب لعلم الإدارة.5. مناقشة تأثيرات البيئة العمومية والخاصة والتي تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر على اعمال المنظمة.6. التعرف على اهم وظائف المدير من تخطيط وتنظيم وقيادة وتحفيز ورقابة.7. فهم اهم رسائل واهداف المنظمة وما هو التخطيط وهل يوجد اختلاف ما بين التخطيط التشغيلي والتخطيط الاستراتيجي.
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	<p>Indicative content includes the following.</p> <p>تركز مبادئ إدارة الاعمال على المفردات الآتية:</p> <ol style="list-style-type: none">1. <u>طبيعة الإدارة ومهمات المدير وفق الآتي:</u> تعريف الإدارة والمدير، ومداخل دراسة الإدارة، ونشاطات المنشأة، والتحديات التي تواجهها الإدارة المعاصرة. مهمات المدير: أنماط السلوك الإداري، المهارات الإدارية، مصادر المهارات الإدارية، التفاوت في العمل الإداري- أدوار المدراء – أنواع المدراء بحسب مستوياتهم الإدارية.2. <u>تطور الفكر الإداري وتتضمن الآتي:</u> المدارس التقليدية: مدرسة الإدارة العلمية-ومدرسة التقسيمات الإدارية-والمدرسة البيروقراطية مدرسة العلاقات الإنسانية: دراسة هورثن (التن مايو) – دراسة فولت – دراسة جستر بارنرد - ودراسة مكريكر (X/Y)مدرسة الاتجاهات المعاصرة: نظرية المنظومة المفتوحة- الإدارة الكمية- وليام اوجي ونظرية (ز) – الإدارة الموقفية.3. <u>الإدارة في البيئة المتغيرة ويتضمن الآتي:</u> تركيبية السطح البيئي- البيئة العمومية- البيئة الخاصة- فشل المنظمة في قراءة المؤشرات البيئية، مكونات البيئة العمومية -مكونات البيئة الخاصة-البيئة المتحركة والمستقرة.4. <u>الأهداف المنظمة وتتضمن الآتي :</u> غرض المنظمة ورسالتها-أنواع اهداف المنظمة-اهمية الاهداف المنظمة-متطلبات تحديد الاهداف- الإدارة بالأهداف ، مفهوم الاستراتيجية – العوامل المهمة في تحديد الاستراتيجية – خطوات اتخاذ استراتيجية المنشأة – مستويات الاستراتيجية

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>
-------------------	--

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	112	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	175		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7, #8
	On line Assignments	5	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #5, and #7
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	8	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	15	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	طبيعة الإدارة -ومداخل دراسة الإدارة -ونشاطات المنشأة -ومجالات إدارة الاعمال
Week 2	التحديات التي تواجهها الإدارة المعاصرة - مهمات المدير – وانماط السلوك الإداري-المهارات الإدارية ومصادرها
Week 3	التفاوت في العمل الإداري-أدوار المدراء –
Week 4	أنواع المدراء بحسب مستوياتهم الادارية
Week 5	المدارس التقليدية: مدرسة الإدارة العلمية-ومدرسة التقسيمات الادارية-والمدارس البيروقراطية
Week 6	مدرسة العلاقات الإنسانية: دراسة هوثرن (التن مايو) – دراسة فولت – دراسة جستر بارنرد - ودراسة مكريكر (X/Y)
Week 7	مدرسة الاتجاهات المعاصرة: نظرية المنظومة المفتوحة- الادارة الكمية- وليام اوجي ونظرية (ز) – الادارة الموقفية
Week 8	امتحان نصف فصلي
Week 9	الادارة في البيئة المتغيرة/ تركيبية السطح البيئي- البيئة العمومية
Week 10	البيئة الخاصة- فشل المنظمة في قراءة المؤشرات البيئية
Week 11	مكونات البيئة العمومية -مكونات البيئة الخاصة-البيئة المتحركة والمستقرة
Week 12	غرض المنظمة ورسالتها-أنواع اهداف المنظمة
Week 13	اهمية الاهداف المنظمة-متطلبات تحديد الاهداف- الادارة بالأهداف
Week 14	مفهوم الاستراتيجية – العوامل المهمة في تحديد الاستراتيجية، خطوات اتخاذ استراتيجية المنشأة – مستويات الاستراتيجية
Week 15	الامتحان الفصلي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	_____
Week 2	_____
Week 3	_____
Week 4	_____
Week 5	_____
Week 6	_____
Week 7	_____

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
--	------	---------------------------

Required Texts	كتاب مبادئ الإدارة للكاتب محمد خليل الشماع لسنة 2007 – دار المسيرة للطباعة والنشر- عمان الأردن	Yes
Recommended Texts	مهارات واساليب متنوعة للتعامل مع قضايا الإدارة والاعمال	Yes
Websites		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.				

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1101	مبادئ إدارة الاعمال	7	1
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم إدارة الاعمال والتعرف على طبيعة الإدارة -ومداخل دراسة الإدارة -ونشاطات المنشأة -ومجالات إدارة الاعمال، والتحديات التي تواجه منظمات الاعمال، والتعرف على اهم وظائف المدير من تخطيط وتنظيم وقيادة وتحفيز ورقابة، والتعرف على مهمات المدير ومهاراته ومصادرها ومستويات الإدارة في المنظمة.			

الاستاذ المساعد الدكتور
يوسف محمد الفرجي



د. يوسف محمد الفرجي

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ ادارة التسويق Principles of Marketing Management		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-1102		
ECTS Credits	8		
SWL (hr/sem)	200		
Module Level	UGI	Semester of Delivery	One
Administering Department	MMM-1101	College	MMM
Module Leader	Nada Abdulbasit Kashmola	e-mail	nada@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title		Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Najdat Mustafa Musaib	e-mail	najdat.almehrab@uomosul.edu.iq
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10/2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none">1. التعرف على مفاهيم التسويق التقليدية والمعاصرة .2. التعرف على النظام التسويقي3. التعرف على البيئة التسويقية الداخلية والخارجية.4. التعرف على مفهوم ونظريات سلوك المستهلك.5. التعرف على تقسيم السوق والهدف السوقي.6. التعرف على مفاهيم المنتج والمنتج الجديد.7. التعرف على اسباب نجاح وفشل المنتج الجديد8. التعرف على المنافع التي يحققها المنتج الجديد.
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>تتمثل مخرجات التعلم المطلوبة الآتي :</p> <ol style="list-style-type: none">1. ان يفهم الطالب مفاهيم ادارة التسويق.2. ان يكون لدى الطالب معرفة في فهم نظام المعلومات التسويقي3. ان يكون لدى الطالب معرفة في المقارنة بين مدخلات النظام وعملياته ومخرجاته.4. ان يكون لدى الطالب معرفة في المقارنة بين السلعة والخدمة والفكرة.5. ان يكون لدى الطالب القدرة على فهم واستيعاب ماهية البيئة التسويقية وعناصرها.6. ان يكون لدى الطالب معرفة وفهم واستيعاب ما هو المنتج الجديد وخطوات ابتكاره.7. الشرح عن طريق التدريسي وبشكل تفصيلي لكل موضوع من الموضوعات المحددة في المنهج.8. تكليف الطلبة بالواجبات اليومية.9. الحوار والمناقشة.10. التفاعل والتواصل
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي.</p> <p>مقدمة عن مبادئ ادارة التسويق ويتضمن:</p> <p>مفهوم التسويق ومراحل تطوره- نظام المعلومات التسويقي- البيئة التسويقية - عناصر البيئة التسويقية الداخلية والخارجية- العوامل المؤثرة على البيئة التسويقية - مفهوم سلوك المستهلك ونظرياته- مفهوم تقسيم السوق واسس تقسيمه - مفهوم المنتج والمنتج الجديد - خطوات ابتكار المنتج - دورة حياة المنتج - اسباب نجاح وفشل المنتجات الجديدة- المنافع المتحققة من المنتج الجديد.</p> <p>إجمالي الساعات = 78 - SSWL = (ساعات الامتحان) = 3- 78 = 75 ساعة (ساعات الجدول الزمني 15 x أسبوعاً)</p>

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	الاستراتيجية الرئيسة التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم حول المفاهيم التسويقية. وسيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والمحاضرات والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض الحالات الدراسية البسيطة التي تتضمن عرض بعض الاشكال والمخططات والشروحات النظرية للمادة.
-------------------	---

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	78	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	5
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	122	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	200		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (20)	6 and 12	All
	Assignments	5	5% (4)	Continuous	1,2 and 8
	Online	5	5% (4)		1,2,3,5,9,10
	Onsite				
	Report	1	6% (10)	14	All
	Seminar	6	4%(2)	2,4,6,8,10,11	All
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	15	All
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All

Total assessment	100% (100 Marks)		
------------------	------------------	--	--

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered	المواد	المغطاة
Week 1			نبذة عن تطور المفهوم التسويقي
Week 2			مفاهيم تسويقية تقليدية ومعاصرة
Week 3			النظام التسويقي والبيئة التسويقية الداخلية والخارجية
Week 4			العوامل المؤثرة في البيئة التسويقية
Week 5			سلوكية المستهلك والعامل المؤثرة في سلوكية المستهلك
Week 6			نظريات سلوكية المستهلك
Week 7			التقسيم السوقي
Week 8			انواع الأسواق وأسس تقسيم السوق
Week 9			العوامل المؤثرة في التقسيم السوقي
Week 10			مفاهيم و سياسة المنتج
Week 11			مفهوم وخطوات ابتكار المنتج الجديد
Week 12			دورة حياة المنتج
Week 13			اسباب نجاح وفشل المنتج الجديد
Week 14			المنافع التسويقية التي يحققها المنتج الجديد
Week 15			امتحان فصلي

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	▪ الديوه جي، ابي سعيد، (2001)، ادارة التسويق، دار ابن الاثير للطباعة والنشر، جامعة الموصل.	متوفر
Recommended Texts النصوص الموصى بها	رسائل واطاريح جامعية	متوفر
Websites المواقع الالكترونية		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A – Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D – Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E – Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1102	مباديء إدارة التسويق	8.00	1
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
4	1	78	122
Description			
يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفاهيم مباديء ادارة التسويق على نحو عام ومتضمناتها مع استعراض مراحل تطور ادارة التسويق، ومن ثم التعرف على نظام المعلومات التسويقي والبيئة التسويقية وعناصرها والعوامل المؤثرة بها، والى اخره من المفاهيم التسويقية المهمة.			



الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويجى

د. محمد عبد الله

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ الاقتصاد		Module Delivery
Module Type	Support		<input checked="" type="checkbox"/> Theory
Module Code	MMM-1104		<input checked="" type="checkbox"/> Lecture
ECTS Credits	5		<input type="checkbox"/> Lab
SWL (hr/sem)	125		<input checked="" type="checkbox"/> Tutorial
			<input type="checkbox"/> Practical
			<input type="checkbox"/> Seminar
Module Level	UGI	Semester of Delivery	One
Administering Department	MM	College	MMM
Module Leader	Saif Abdullah Mustafa	e-mail	Saif.abdullh@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title		Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Name (if available)	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10/1014	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	



Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives أهداف المادة الدراسية</p>	<p>9. التعرف على اساسيات مبادئ الاقتصاد ومفاهيمها 10. تحديد المشكلة الاقتصادية وخصائصها التعرف على معنى الطلب والعرض والتوازن وسلوك المستهلك وفق نظرية المنفعة الحدية والسواء ومراحل الانتاج والتكاليف وكيفية ايجادها</p>
<p>Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>1. تعريف الطالب بمفهوم علم الاقتصاد واهميته ومدى علاقته بالعلوم الاخرى التعرف على ما هي المشكلة الاقتصادية 2 - التعرف على معنى الطلب وقانونه والعوامل المؤثرة فيه وكيفية رسم منحنى الطلب من خلال العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والسعر. كذلك التعرف على مفهوم المرونات ومعنى مرونة الطلب واهميتها وانواعها والتعرف على كيفية إيجاد مرونات الطلب 3- تعريف الطالب معنى العرض وقانون العرض وجدول العرض وكيفية رسم منحنى العرض، التعرف على مرونة العرض والعوامل المؤثرة فيها 4- توازن السوق والسعر التوازني والكمية التوازنية وفائض الطلب والعرض 5- التعرف على معنى المنفعة وخصائصها وانواعها وعلى قانون المنفعة الحدية وكيفية إيجاد المنفعة الحدية وكيفية رسم المنفعة الكلية والحدية وتوازن المستهلك وفق نظرية المنفعة الحدية 6- التعرف على منحنيات السواء وخصائصها وخطوط السواء، وكيفية توازن المستهلك وفق نظرية منحنيات السواء 7- دالة الإنتاج من حيث المفهوم وعناصر الإنتاج وقانون تناقص الغلة ومراحلها 8- التعرف على معنى التكلفة وانواعها وكيفية ايجادها في الأمد القصير وتعريف التكلفة في الأمد الطويل 9- التعرف على معنى التضخم وانواعه والاثار الاقتصادية والاجتماعية للتضخم وكيفية المعالجة</p>
<p>Indicative Contents المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي. الجزء أ – مقدمة عن علم الاقتصاد وتعريف الطلب والعرض والتوازن وتتضمن الاساسيات مفهوم علم الاقتصاد –علاقته بالعلوم الأخرى – مراحل تطور علم الاقتصاد – المشكلة الاقتصادية وخصائصها - مفهوم الطلب ،قانون الطلب ،جدول الطلب ،منحنى الطلب ،العوامل المؤثرة في الطلب (سعر السلعة ،الدخل ،أسعار السلع البديلة) - مرونة الطلب وانواعها -طرق قياسها- اهمية مرونة الطلب--- وأنواع مروونات الطلب العوامل المؤثرة في مرونة الطلب</p>

	<p>نظرية العرض، قانون ومنحنى وجدول العرض- العوامل المؤثرة في مرونة العرض ومرونة العرض (سعر السلعة، أسعار عوامل الإنتاج، عدد المنتجين</p> <p>-توازن السوق، السعر التوازني والكمية التوازنية، وفائض العرض والطلب</p> <p>الجزء ب -ويتضمن نظريات الطلب (نظريات سلوك المستهلك) ونظرية الإنتاج والتكاليف والمشاكل الاقتصادية(التضخم والبطالة) ويتضمن :</p> <p>نظرية المنفعة الحدية (مفهوم المنفعة الحدية والكلية، وتحليل المنفعة)- قانون تناقص المنفعة الحدية، عيوب نظرية المنفعة- مفهوم منحنيات السواء وخصائصه - التوازن في ظل نظرية منحنيات السواء</p> <p>مفهوم دالة الإنتاج، عناصر الإنتاج، قانون تناقص الغلة ومراحلها - التكلفة الثابتة والمتغيرة، متوسط التكلفة الكلية والحدية في الأمد القريب وتعريف التكاليف في الأمد الطويل ،</p> <p>التضخم وأنواعه واثاره الاقتصادية والاجتماعية وكيفية المعالجة ،.</p> <p>إجمالي الساعات = 125 - SSWL = (ساعات الامتحان) = 63 - 3 = 60 ساعة (ساعات الجدول الزمني × 15 أسبوعًا)</p>
--	--

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض الحالات الدراسية البسيطة التي تتضمن بعض والشروحات النظرية للمادة.</p>
-------------------	---

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem)	63	Structured SWL (h/w)	6
الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل		الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	
Unstructured SWL (h/sem)	62	Unstructured SWL (h/w)	7
الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل		الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	

Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	125
---	-----

Module Evaluation تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (20)	5, 12	All
	Seminar	3	10%(6)	3,6,9	1,2
	Assignments	6	5% (2)	Continuous	All
	Online	5	5%(2)		
	Onsite	1	10% (10)	13	3,4
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	7	All
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus) المنهاج الاسبوعي النظري	
	المواد المغطاة
Week 1	مفهوم علم الاقتصاد -علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى 1-
Week 2	المشكلة الاقتصادية ،طبيعتها وانماط حلها 1-
Week 3	مفهوم الطلب ،قانون الطلب ،جدول الطلب ،منحنى الطلب ،العوامل المؤثرة في الطلب (سعر السلعة ،الدخل ،أسعار السلع البديلة) 2
Week 4	مرونة الطلب وانواعها ، ، اهمية مرونة الطلب 2

Week 5	العوامل المؤثرة في مرونة الطلب وكيفية إيجاد مرونة الطلب السعرية والدخلية 2
Week 6	العوامل المؤثرة فيه نظرية العرض، قانون ومنحنى وجدول العرض 3
Week 7	مرونة العرض والعوامل المؤثرة في مرونة العرض (سعر السلعة، أسعار عوامل الإنتاج، عدد المنتجين) 3
Week 8	توازن السوق، السعر التوازني والكمية التوازنية، وفائض العرض والطلب 4
Week 9	نظرية المنفعة الحدية (خصائص المنفعة وانواعها فرضيات نظرية المنفعة الحدية قانون تناقص المنفعة الحدية مع الرسم وتوازن المستهلك وفق نظرية المنفعة الحدية) 5
Week 10	فهوم منحنيات السواء وخصائصه 6
Week 11	التوازن في ظل نظرية منحنيات السواء 6
Week 12	مفهوم دالة الإنتاج، عناصر الإنتاج، قانون تناقص الغلة ومرآحتها 7
Week 13	تعريف التكلفة وانواعها وكيفية ايجادها وتعريف التكلفة في الأمد الطويل 8
Week 14	مفهوم التضخم وانواعه واسبابه، 9
Week 15	9 ماهي الآثار الاقتصادية والاجتماعية للتضخم وطرق معالجته
Week 16	أسبوع تحضيرى قبل الامتحان النهائي Preparatory week before the final Exam

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	1- مبادئ علم الاقتصاد / د. كريم مهدي الحسنوي/ المكتبة القانونية/2007 مبادئ علم الاقتصاد /محمد صالح القرشي والشمري	

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ المحاسبة المالية		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input checked="" type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM1103		
ECTS Credits	6		
SWL (hr/sem)	150		
Module Level	1	Semester of Delivery	1
Accounting Department	MAC	College	UOMM
Module Leader	أسماء سالم محمد علي	e-mail	asmaa.s.mohammed@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assistant lecturer	Module Leader's Qualification	
Module Tutor	دعاء ادريس يونس	e-mail	Doaaadrese2017@uomosul.edu.iq
Peer Reviewer Name		e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	2024/10/14	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	لا يوجد	Semester	
مواد ممهدة			
Co-requisites module	لا يوجد	Semester	
مواد مكملة			

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>1. دراسة مفهوم المحاسبة واهدافها على مستوى الوحدة الاقتصادية وعلى المستوى القومي، والجهات المستفيدة من بيانات المحاسبة.</p> <p>2. توضيح إجراءات المحاسبة وفق القيد المفرد لقياس نتيجة النشاط والمركز المالي للمنشآت الصغيرة والمشاريع الفردية.</p> <p>3. توضيح إجراءات المحاسبة وفق القيد المزدوج واستخدام معادلة الميزانية لبيان تأثير العمليات الاقتصادية على المركز المالي للوحدة الاقتصادية.</p> <p>4. توضيح مراحل الدورة المحاسبية وتسجيل القيود المحاسبية في سجل اليومية وترحيلها الى سجل الأستاذ والتعرف على اهم المستندات،</p> <p>5. توضيح إجراءات المحاسبة عن تكوين راس المال وكيفية زيادته وتخفيضه، وانواع المسحوبات الشخصية وكذلك القروض وانواعها وكيفية احتساب الفوائد،</p> <p>6. التعريف بعناصر القوائم المالية والفرق بين حسابات النتيجة وحسابات المركز المالي.</p> <p>7. توضيح إجراءات المحاسبة عن المصروفات مع التركيز على المشتريات ومردوداتها والخصم التجاري والنقدي المكتسب.</p> <p>8. توضيح إجراءات المحاسبة عن الإيرادات مع التركيز على المبيعات، ومردوداتها، والخصم التجاري والنقدي.</p> <p>9. توضيح إجراءات المحاسبة عن الاوراق التجارية وانواعها واهم مميزاتها وكيفية اثباتها في الدفاتر والسجلات، وكذلك حالات معالجة اوراق القبض في الدفاتر والسجلات.</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>1. الالمام بمفهوم المحاسبة واهدافها على مستوى الوحدة الاقتصادية وعلى المستوى القومي، والجهات المستفيدة من بيانات المحاسبة.</p> <p>2. اكتساب مهارة قياس نتيجة النشاط والمركز المالي للمنشآت الصغيرة والمشاريع الفردية باستخدام إجراءات المحاسبة وفق القيد المفرد.</p> <p>3. اكتساب مهارة تطبيق إجراءات المحاسبة وفق القيد المزدوج واستخدام معادلة الميزانية لبيان تأثير العمليات الاقتصادية على المركز المالي للوحدة الاقتصادية.</p> <p>4. الالمام بمراحل الدورة المحاسبية وتسجيل القيود المحاسبية في سجل اليومية وترحيلها الى سجل الأستاذ والتعرف على اهم المستندات،</p> <p>5. المعرفة بعناصر القوائم المالية والفرق بين حسابات النتيجة وحسابات المركز المالي.</p> <p>6. اكتساب المعرفة الخاصة بإجراءات المحاسبة عن تكوين راس المال وكيفية زيادته وتخفيضه، وانواع المسحوبات الشخصية وكذلك القروض وانواعها وكيفية احتساب الفوائد،</p>

	<p>7. اكتساب المعرفة الخاصة بإجراءات المحاسبة عن المصروفات مع التركيز على المشتريات ومردوداتها والخصم التجاري والنقدي المكتسب.</p> <p>8. اكتساب المعرفة الخاصة بإجراءات المحاسبة عن الإيرادات مع التركيز على المبيعات، ومردوداتها، والخصم التجاري والنقدي.</p> <p>9. اكتساب المعرفة الخاصة بإجراءات المحاسبة عن الأوراق التجارية وأنواعها وأهم مميزاتها وكيفية إثباتها في الدفاتر والسجلات، وكذلك حالات معالجة أوراق القبض في الدفاتر والسجلات.</p>
<p>Indicative Contents المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يأتي.</p> <p><u>Part A - Class Lecture</u></p> <p>1. دراسة مفهوم المحاسبة وأهدافها على مستوى الوحدة الاقتصادية وعلى المستوى القومي، والجهات المستفيدة من بيانات المحاسبة.</p> <p>وتوضيح إجراءات المحاسبة وفق القيد المفرد لقياس نتيجة النشاط والمركز المالي للمنشآت الصغيرة والمشاريع الفردية [SSWL=12 hrs]</p> <p>2. دراسة إجراءات المحاسبة وفق القيد المزدوج واستخدام معادلة الميزانية لبيان تأثير العمليات الاقتصادية على المركز المالي للوحدة الاقتصادية. وشرح بمراحل الدورة المحاسبية وتسجيل القيود المحاسبية في سجل اليومية وترحيلها إلى سجل الأستاذ والتعرف على أهم المستندات، [SSWL=8 hrs]</p> <p>3. المعرفة بعناصر القوائم المالية والفرق بين حسابات النتيجة وحسابات المركز المالي. وشرح إجراءات المحاسبة عن تكوين رأس المال وكيفية زيادته وتخفيضه، وأنواع المسحوبات الشخصية وكذلك القروض وأنواعها وكيفية احتساب الفوائد، [SSWL=8 hrs]</p> <p>4. شرح إجراءات المحاسبة عن المصروفات مع التركيز على المشتريات ومردوداتها والخصم التجاري والنقدي المكتسب. [SSWL=12 hrs]</p> <p>5. شرح إجراءات المحاسبة عن الإيرادات مع التركيز على المبيعات، ومردوداتها، والخصم التجاري والنقدي. [SSWL=12 hrs]</p> <p>6. شرح إجراءات المحاسبة عن الأوراق التجارية وأنواعها وأهم مميزاتها وكيفية إثباتها في الدفاتر والسجلات، وكذلك حالات معالجة أوراق القبض في الدفاتر والسجلات. [SSWL=8 hrs]</p> <p><u>Part B - Tutorial</u></p> <p>1. دراسة وتطبيق حالات عملية عن إجراءات المحاسبة وفق القيد المفرد لقياس نتيجة النشاط والمركز المالي للمنشآت الصغيرة والمشاريع الفردية [SSWL=4 hrs]</p> <p>2. دراسة وتطبيق حالات عملية عن إجراءات المحاسبة وفق القيد المزدوج واستخدام معادلة الميزانية لبيان تأثير العمليات الاقتصادية على المركز المالي للوحدة الاقتصادية. وشرح مراحل الدورة المحاسبية وتسجيل القيود المحاسبية في سجل اليومية وترحيلها إلى سجل الأستاذ والتعرف على أهم المستندات، [SSWL=6 hrs]</p>

	<p>3. دراسة وتطبيق حالات عملية عن إجراءات المحاسبة عن تكوين راس المال وكيفية زيادته وتخفيضه، وأنواع المسحوبات الشخصية وكذلك القروض وأنواعها وكيفية احتساب الفوائد، [SSWL=4 hrs]</p> <p>4. دراسة وتطبيق حالات عملية عن إجراءات المحاسبة عن المصروفات مع التركيز على المشتريات ومردوداتها والخصم التجاري والنقدي المكتسب. [SSWL=6 hrs]</p> <p>5. دراسة وتطبيق حالات عملية عن إجراءات المحاسبة عن الإيرادات مع التركيز على المبيعات، ومردوداتها، والخصم التجاري والنقدي. [SSWL=6 hrs]</p> <p>6. دراسة وتطبيق حالات عملية عن إجراءات المحاسبة عن الأوراق التجارية وأنواعها وأهم مميزات وكيفية اثباتها في الدفاتر والسجلات، وكذلك حالات معالجة أوراق القبض في الدفاتر والسجلات. [SSWL=4 hrs]</p> <p>Total hrs = 60 = SSWL - (Exam hrs) = 60+ 3 = 63 hr (Time table hrs x 15 weeks)</p>
--	---

Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال تحليل الحالات العملية لتطبيق إجراءات المحاسبة التي تنطوي على بعض أنشطة ومشاركة الطلاب في تطبيق هذه الحالات وتحليلها</p>

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعاً			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعياً	4
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	87	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعياً	6
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	150		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment التقييم التكويني	Quizzes	3	20% (15)	4 ,7,10,13	LO#1, #2, #3, LO #4, #5, LO #6 #7, LO #8 #9
	Online Assignments	2	5% (10)	Continuous	LO #3, #4 and #6, #7
	Onsite Assignments	3	5% (5)	Continuous	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #5, #8 and #9
	Seminar	2	5%(5)	2,12	LO #6, #7, #8, #9
Summative assessment التقييم التلخيصي	Midterm Exam	2hr	10% (10)	7	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	مدخل في المحاسبة المالية (مفهوم المحاسبة وأهدافها , حقول المحاسبة والجهات المستفيدة , الدورة المحاسبية)
Week 2	نظرة على المفاهيم والمبادئ والفروض والمحددات المحاسبية
Week 3	أنواع الشركات حسب الملكية وطبيعة النشاط
Week 4	تحليل العمليات المالية وفقا لطريقة القيد المفرد
Week 5	طريقة معادلة الميزانية لبيان اثر العمليات على المركز المالي
Week 6	تسجيل العمليات المالية وترحيلها - طريقة القيد المزدوج - شرح الدورة المحاسبية

Week 7	السجلات والمستندات المحاسبية (اليومية والأستاذ) وإعداد ميزان المراجعة والقوائم المالية (قائمة الدخل وقائمة المركز المالي)
Week 8	المحاسبة عن تكوين الشركات الفردية (تكوين وزيادة وتخفيض رأس المال , المسحوبات الشخصية , القروض وفوائدها)
Week 9	المحاسبة عن البضاعة (المشتريات ومردوداتها)
Week 10	المحاسبة عن البضاعة (المبيعات ومردوداتها)
Week 11	المعالجة المحاسبية لمصاريف الشراء والبيع للبضاعة
Week 12	المصاريف الايرادية والرأسمالية
Week 13	المعالجة المحاسبية لانواع الخصم
Week 14	المحاسبة عن الاندثار و المحاسبة عن النقدية الأوراق التجارية
Week 15	الامتحان النهائي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	مبادئ المحاسبة المالية فؤاد سليمان زكو مقداد احمد الجليلي، محمد طاهر الشاوي	Yes
Recommended Texts	المحاسبة المالية 2014 / د. ضياء عبد الحسين القاموسي + عدنان عبد الحميد مبادئ المحاسبة المالية 2018 / أ.د صفاء احمد العاني -م. حكيم الساعدي	No

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
-------	-------	---------	---------	------------

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	الديمقراطية وحقوق الانسان		Module Delivery
Module Type	Basic		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM-1040		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	MM	College	MMM
Module Leader	Maher Nooruldeen Saeed	e-mail	maher.noor@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assist. Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	Name (if available)	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10/2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	None
Co-requisites module	None	Semester	None

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>1. الحرص على ترسيخ مبادئ حقوق الانسان والديمقراطية واحترامها.</p> <p>2. ضرورة حب الوطن وابناء الوطن وزرع بذور التعايش السلمي والعيش بكرامة لكل المكونات من خلال نشر ثقافة قبول الاخر واحترام خصوصيته الدينية والسياسية والثقافية والاجتماعية.</p> <p>3. ضرورة التعاون مع مؤسسات الدولة من اجل بسط الامن والسلام في البلاد.</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>مخرجات التعلم معرفية ومهاراتية وذلك من خلال :-</p> <p>1- معرفة الطلبة مبادئ حقوق الانسان الضرورية في حياتهم العملية .</p> <p>2- تحقيق اهداف في اعداد طلبة لديهم المعرفة الكافية بأساسيات حقوق الانسان ومفاهيمها وانواعها ومساعي المجتمع الدولي للدفاع عن حقوق الانسان ، حيث تسعى المنظمات الدولية وغير الدولية الى تعزيز احترام حقوق الانسان وتعمل المنظمات على تنمية المجتمع من خلال الحث للمشاركة في سوق العمل من خلال دورات وورش تثقيفية اضافة الى دعم المشاريع الصغيرة .</p> <p>3- تعايش الطلبة مع بعضهم على انهم افراد في مجتمع متكامل ، حث الطلبة على حب الوطن والولاء المطلق له.</p> <p>4- حث الطلبة للمشاركة في العملية الانتخابية السياسية والحضور الوطني الفاعل فيها ،ومعرفة مبادئ الديمقراطية والعمل على انجاحها ، ومعرفة الدساتير الوطنية وما تتضمنه من حقوق وحرريات .</p> <p>5- ضرورة التعاون مع مؤسسات الدولة لتحقيق الاستقرار الامني والسياسي في البلد ، والتشجيع لادماج خطط العمل الوطنية لحقوق الانسان في خطط التنمية .</p> <p>6- اعداد طلبة لديهم القدرة على التعامل مع سوق العمل في ميدان الاختصاص .</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي.</p> <p>الجزء أ – مقدمة عن حقوق الانسان وتتضمن :</p> <p>مفهوم حقوق الانسان –التطور التاريخي لحقوق الانسان- العوامل التي ساهمت في اهتمام المجتمع الدولي بحقوق الانسان – تطور فكرة حماية حقوق الانسان في العصر الحديث - الليات المجتمع الدولي لحماية حقوق الانسان – وواجبات الانسان والقيود الواردة في ممارسة حقوق الانسان .</p> <p>الجزء ب – مقدمة عن الديمقراطية ويتضمن :</p>

مفهوم الديمقراطية -التطور التاريخي لممارسة الديمقراطية – سمات النظام الديمقراطي وتطوره – العلاقة بين حقوق الانسان والديمقراطية – ضمانات الحقوق والحريات العامة – والديمقراطية المعاصرة .

إجمالي الساعات = 50 - SSWL = (ساعات الامتحان) = 33 - 3 = 30 ساعة (ساعات الجدول الزمني \times 15 أسبوعًا)

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies

الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض الحالات الدراسية البسيطة التي تتضمن بعض والشروحات النظرية للمادة.

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	33	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	17	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	50		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (10)	8 and 15	All
	Assignments - Online - onsite	5	20% (20)	Continuous	1,2,4, and 5
		2			2,3,6
	Report	2	10% (10)	13	All
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	8	1,2,3
	Final Exam	2hr	50% (50)	15	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered المواد	المغطاة
Week 1		مدخل عام الى مفهوم حقوق الانسان وجذور حقوق الانسان وتطورها في تاريخ البشرية
Week 2		تطور فكرة حماية حقوق الانسان في العصر الحديث
Week 3		المجتمع الدولي وحقوق الانسان المعاصر
Week 4		آليات الامم المتحدة لحماية حقوق الانسان
Week 5		المنظمات والهيئات غير الدولية المعنية بالدفاع عن حقوق الانسان
Week 6		واجبات الانسان والقيود الواردة على ممارسة حقوق الانسان
Week 7		مفهوم وتاريخ الديمقراطية وسمات النظام الديمقراطي ومكوناته
Week 8		امتحان نصف فصلي

Week 9	الدستور والديمقراطية والانتخابات
Week 10	مؤسسات المجتمع المدني والديمقراطية
Week 11	العلاقة بين حقوق الانسان والديمقراطية
Week 12	جرائم الابادة الجماعية
Week 13	ضمانات الحريات والحقوق العامة - الحكم الرشيد- الديمقراطية المعاصرة
Week 14	اثرء منهج (حقوق الانسان) بكتاب المدرسة الاسلامية ومشكلة الانسان المعاصر ، للسيد (محمد باقر الصدر)
Week 15	امتحان فصلي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	حقوق الانسان والديمقراطية، للمؤلفين غسان كريم مجذاب – امجد زين العابدين طعمة	
Recommended Texts النصوص الموصى بها	- حقوق الانسان/ للمؤلف حميد حنون خالد - حقوق الانسان والديمقراطية والحريات العامة/ للمؤلف ماهر صبري كاظم - كتاب المدرسة الاسلامية ومشكلة الانسان المعاصر)، للسيد محمد باقر الصدر) - عامر عياش عبد واديب محمد جاسم، (دور مؤسسات المجتمع المدني في مجال حقوق الانسان)، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العدد 6، السنة 2011،	
Websites المواقع الالكترونية	دستور العراق الدائم 2005	

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1040	حقوق الانسان والديمقراطية	2	1
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
2	0	33	17
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم حقوق الانسان على نحو عام ومكوناته وعناصره وانواعه والتطور التاريخي لحقوق الانسان والاهتمام الدولي بحماية حقوق الانسان والضمانات العامة لحماية حقوق الانسان والحريات العامة - ومفهوم الديمقراطية وسمات النظام الديمقراطي ومكوناته والتطور التاريخي للنظام الديمقراطي .</p>			


 الأستاذ المساعد الدكتور
 بشارة ذاك التويجي


 د. د. اوغوز فزيق

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اللغة العربية		Module Delivery
Module Type	Basic		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM-1011		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	1	Semester of Delivery	1
Administering Department	MM	College	MMM
Module Leader	Noor Ahmed Hazem	e-mail	Noor.a.hazem@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assist. Lecturer	Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Name (if available)	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	23/10/2014	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	Noe
Co-requisites module	None	Semester	Noe

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>11. التعرف على مفهوم الافعال وانواعها. 12. التعرف على الجملة الاسمية والفعلية. 13. التعرف على انواع جملة الخبر. 14. التعرف على الافعال الناقصة والحروف المشبهة بالفعل. 15. التقريظ بين صيغ الافعال والازمنة. 16. تدريب الطلبة على كيفية الاستفادة من اللغة العربية بشكل ايجابي لتحقيق الاهداف. 17. التعرف على مفهوم الكلام والكلمة والجملة.</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>تتمثل مخرجات التعلم المطلوبة الاتي :</p> <p>11. ان يفهم الطالب القواعد النحوية والصرفية. 12. ان يكون لدى الطالب معرفة في ابرز انواع الافعال والجملة وكيفية التقريظ بينها. 13. ان يكون لدى الطالب القدرة على الربط بين النص وطريقة كتابة التقارير وبخاصة في اختصاص ادارة الاعمال. 14. الشرح عن طريق التدريسي وبشكل تفصيلي لكل موضوع من الموضوعات المحددة في المنهج. 15. تكليف الطلبة بالواجبات اليومية. 16. الحوار والمناقشة. 17. التسميع والحفظ. 18. الطريقة الاستقرائية</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي.</p> <p>الجزء أ – مقدمة عن اللغة العربية وتتضمن</p> <p>الاساسيات مفهوم اللغة –انواع الجمل- العوامل التي ساهمت في نشوء اللغة العربية - الفرق بين الافعال والاسماء والحروف</p> <p>خصائص الجمل- أنواعها- الجملة الاسمية , والجملة الفعلية , والفرق بين الافعال الناقصة والحروف الناقصة والفعل المتعدي واللازم والفعل المبني للمعلوم والمبني للمجهول .</p> <p>مفهوم مادة اللغة العربية ومما تتكون من خلال الافعال والاسماء والحروف.</p> <p>الجزء ب – مستلزمات مادة اللغة العربية وتتضمن :</p>

	<p>أنواع مستلزمات تدريس مادة اللغة العربية – السبورة , الامتحانات اليومية والشهرية , والاختبارات اللغوية .</p> <p>إجمالي الساعات = SSWL - 175 = (ساعات الامتحان) = 94 - 4 = 90 ساعة (ساعات الجدول الزمني × 15 أسبوعًا)</p>
--	--

Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض الحالات الدراسية البسيطة التي تتضمن بعض والشروحات النظرية للمادة.</p>

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	33	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	17	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	50		

Module Evaluation تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	3	10% (10)	5 and 9 and 13	All
	Assignments	1	20% (20)	Continuous	1,2,5,7, and 8

	Report	2	10% (10)	7 and 13	1,2,3,4, and 5
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	7	1, 2,3,4,6,7 and 8
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered	المواد المغطاة
Week 1	تعريف النحو والكلام والكلمة	
Week 2	انواع الجمل	
Week 3	الفعل المضارع	
Week 4	الفعل الماضي	
Week 5	فعل الامر	
Week 6	علامات الاسم	
Week 7	علامات الفعل المضارع	
Week 8	علامات الفعل الماضي	
Week 9	علامات فعل الامر	
Week 10	الجملة الاسمية المبتدأ والخبر	
Week 11	الافعال الناسخة	
Week 12	الحروف الناسخة	
Week 13	رسم الهمزة	
Week 14	الجملة الفعلية	
Week 15	الامتحان النهائي	
Week 16		



Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	ابو عبدالرحمن، الخليل ابن احمد الفراهيدي (1995)، الجمل في النحو، عالم الكتب، بيروت.	
Recommended Texts النصوص الموصى بها	ابو الفتح، عثمان بن جني الموصلية، اللمع في العربية لابن جني، دار الكتب الثقافية، الكويت.	
Websites المواقع الالكترونية		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1011	اللغة العربية	2.00	1
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
2	0	33	17
Description			
يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم اللغة العربية على نحو عام ومكوناتها وعناصرها ومفهومها مع استعراض العوامل الاساسية لتطور اللغة العربية ومن ثم التعرف على الفروقات الاساسية بين الاسماء والجمل والحروف ورسم الهمزة , والى اخره من المفاهيم المهمة .			



الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاكر التويجى

د. نورا هادي
٢٠٢٣

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	Fundamentals of Management		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory
Module Code	MMM-1205		<input checked="" type="checkbox"/> Lecture
ECTS Credits	7		<input type="checkbox"/> Lab
SWL (hr/sem)	175		<input type="checkbox"/> Tutorial
			<input type="checkbox"/> Practical
			<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Level	1	Semester of Delivery	2
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Ahmed Khalid Khaleel	e-mail	ahmed.hamadi@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assist. Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	N. A	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10/2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	Principles of business Administration		Semester 1
Co-requisites module	None		Semester



Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. تزويد الطالب بالمعرفة عن اساسيات الادارة ودورها كونها من المواد الاختصاصية في مجال ادارة الاعمال والدراسات الادارية والاستراتيجية 2. تعريف طلاب المرحلة الاولي بمعلومات القرار واليات صياغة القرار التي يتم الاعتماد عليها في المراحل المتقدمة في دراسة ادارة الاعمال 3. اعطاء الطالب فكرة عن اساسيات التنظيم ونظرياتها وتطورها عبر الحقب الزمنية التي مرت بها فضلا عن توضيح مفهوم الدافعية ونظرياتها. 4. تعريف الطالب بمفاهيم القيادة ونظرياتها، فضلا عن التعرف على مفاهيم الرقابة واهم وظائف ادارة الاعمال
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>هام: اكتب على الأقل 6 نتائج تعلم، ويفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. التعرف على اهم موضوعات الادارة والتي تعد اساسيات في علم الادارة والاعمال. 2. تأهيل الطلبة وتهيئتهم لمواضيع متقدمة في مادة اساسيات الادارة في سنوات دراسية لاحقة. 3. التعرف على انواع القرارات، وموضوعات التنظيم ونظرياتها والسلطة والصلاحيحة والتحفيز 4. التعرف على مفاهيم القيادة ونظرياتها والدافعية والرقابة. 5. مناقشة تأثير اساسيات الادارة بموضوعاتها التي تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر على اعمال المنظمة وانشطتها. 6. التعرف على اهم وظائف ادارة الاعمال. 7. فهم اهم رسائل واهداف المنظمة وما هو التخطيط وهل يوجد اختلاف ما بين التخطيط التشغيلي والتخطيط الاستراتيجي.
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>Indicative content includes the following.</p> <p>اساسيات إدارة الأعمال تركز اساسيات إدارة الأعمال على المفردات الآتية: 1 . المعلومات واتخاذ القرار وفق الآتي:</p>

التركيز على المعلومات، والتعرف على مفهوم اتخاذ القرارات ونظرياتها وانماطها، والتحديات التي تواجهها الإدارة المعاصرة عند اتخاذ القرارات الادارية. وكذلك التعرف على مفهوم تصميم الوظيفة والهيكل التنظيمي وانواعها.

2 . مفهوم التنظيم وتتضمن الاتي:

التركيز على مفهوم التنظيم واهميته وخطواته، وكذلك التعرف على نظريات التنظيم والتصميم التنظيمي لنظرية التنظيم، والمبادئ الأساسية لنظرية التنظيم.

3. السلطة والصلاحيه والقيادة والتحفيز وتتضمن الاتي

مفهوم السلطة – مفهوم الصلاحيه – مفهوم الامرة- مفهوم القيادة – نظريات القيادة – مفهوم التحفيز – مفهوم السلوك القيادي

4.الدافعية والرقابة ويتضمن الاتي:

مفهوم الدافعية – مفهوم الرقابة – خصائص الرقابة الفاعلة – نطاق الاشراف

5. وظائف الادارة وتتضمن الاتي:

وظائف المدير – مسؤوليات المدير – صلاحيات المدير



Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهتم الطلاب.
-------------------	--

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	112	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	175		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (10)	4 and 13	LO #1, #2 and #6, #7
	Assignments	2	10% (10)	2 and 12	LO #3, #4 and #6, #7
	Projects / Lab.	1	10% (10)	Continuous	All
	Report	1	10% (10)	13	LO #5, #6 and #7
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	10% (10)	8	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	المعلومات واتخاذ القرار
Week 2	نظريات اتخاذ القرار الإداري وانماط متخذي القرار
Week 3	تصميم الوظيفة والهيكل التنظيمي
Week 4	التنظيم أهميته وخطواته
Week 5	التصميم التنظيمي لنظرية التنظيم
Week 6	المبادئ الأساسية لنظرية التنظيم
Week 7	الاختبار الاول
Week 8	السلطة والصلاحيات وسلسلة الامرة
Week 9	القيادة وتحفيز العاملين
Week 10	مفهوم القيادة ونظرياتها والسلوك القيادي

Week 11	مفهوم الدافعية ونظرياتها والتحفيز
Week 12	منظومة الرقابة الفاعلة
Week 13	مفهوم أهمية الرقابة ونطاق الاشراف وخصائص الرقابة الفاعلة
Week 14	وظائف منظمات الاعمال
Week 15	الاختبار الثاني

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	—

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	كتاب مبادئ الادارة للكاتب محمد خليل الشماع لسنة 2007 – دار المسيرة للطباعة والنشر- عمان الأردن	Yes
Recommended Texts	مهارات واساليب متنوعة للتعامل مع قضايا الإدارة والاعمال	Yes
Websites		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings

	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1205	اساسيات الادارة	7	2
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بالمعرفة عن اساسيات الادارة ودورها كونها من المواد الاختصاصية في مجال ادارة الاعمال والدراسات الادارية والاستراتيجية وتعريف طلاب المرحلة الاولى بمعلومات القرار واليات صياغة القرار التي يتم الاعتماد عليها في المراحل المتقدمة في دراسة ادارة الاعمال واعطاء الطالب فكرة عن اساسيات التنظيم ونظرياتها وتطورها عبر الحقب الزمنية التي مرت بها فضلا عن توضيح مفهوم الدافعية ونظرياتها. وكذلك تعريف الطالب بمفاهيم القيادة ونظرياتها، فضلا عن التعرف على مفاهيم الرقابة واهم وظائف ادارة الاعمال.</p>			



الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاك التويحي

د. م. براء حبيب محمود الطائي

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اساسيات ادارة التسويق Fundamentals of Marketing Management		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-1206		
ECTS Credits	8		
SWL (hr/sem)	200		
Module Level	1	Semester of Delivery	2
Administering Department	MMM-1206	College	MMM
Module Leader	Nada Abdulbasit Kashmola	e-mail	nada@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title		Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Najdat Mustafa Musaib	e-mail	najdat.almehrab@uomosul.edu.iq
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10/2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	Principles of Marketing Management	Semester	1
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>18. التعرف على مفاهيم الأنشطة التسويقية التي تقدمها المنظمات .</p> <p>19. التعرف على مفهوم التوزيع والقنوات التوزيعية والعوامل المؤثرة بها.</p> <p>20. التعرف على مفهوم التسعير والسياسات التسعيرية وطرق التسعير.</p> <p>21. التعرف على مفهوم الترويج ووسائل الترويج وسياسات الترويج.</p> <p>22. التعرف على مفاهيم تجارة الجملة وتجارة التجزئة.</p> <p>23. التعرف على مفاهيم الخدمة وتسويق الخدمات.</p> <p>24. التعرف على مفهوم التسويق الالكتروني وخصائصه وسياساته.</p> <p>25. التعرف على مفاهيم بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية.</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>تتمثل مخرجات التعلم المطلوبة الآتي :</p> <p>19. ان يفهم الطالب اساسيات ادارة التسويق.</p> <p>20. ان يكون لدى الطالب القدرة على فهم ماهية التوزيع وقنواته والعوامل المؤثرة فيه.</p> <p>21. ان يكون لدى الطالب معرفة على فهم مفهوم التسعير وطرائق التسعير وسياساته.</p> <p>22. ان يكون لدى الطالب معرفة في المقارنة بين وسائل الترويج وسياسات الترويج.</p> <p>23. ان يكون لدى الطالب القدرة على فهم تجارة الجملة وتجارة التجزئة..</p> <p>24. ان يكون لدى الطالب القدرة على استيعاب مفهوم الخدمة وخصائصه ومزيجه التسويقي.</p> <p>25. ان يكون لدى الطالب معرفة في فهم واستيعاب البحوث التسويقية.</p> <p>26. ان يكون لدى الطالب فهم واستيعاب نظام المعلومات التسويقي.</p> <p>27. الشرح عن طريق التدريس المباشر وغير المباشر وبشكل تفصيلي لكل موضوع من الموضوعات المحددة في المنهج.</p> <p>28. تكليف الطلبة بالواجبات اليومية.</p> <p>29. الحوار والمناقشة.</p> <p>30. التفاعل والتواصل</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي.</p> <p>مقدمة عن اساسيات ادارة التسويق ويتضمن:</p> <p>1. مفهوم التوزيع والقنوات التوزيعية والعوامل المؤثرة في اختيار القناة التوزيعية.</p> <p>2. مفهوم السعر وانواعه، وسياسات التسعير، واهداف التسعير.</p> <p>3. مفهوم الترويج ووسائله، وسياسات الترويج.</p> <p>4. مفهوم تجارة الجملة والتجزئة. ومسارات تجارة الجملة والتجزئة.</p> <p>5. مفهوم نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق،.</p> <p>6. مفهوم تسويق الخدمات، وخصائص الخدمة.</p> <p>7. مفاهيم التسويق الالكتروني</p>

إجمالي الساعات = 78 - SSWL = (ساعات الامتحان) = 3- 78 = 75 ساعة (ساعات الجدول الزمني × 15 أسبوعًا)

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم حول المفاهيم التسويقية. وسيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والمحاضرات والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض الحالات الدراسية البسيطة التي تتضمن عرض بعض الاشكال والمخططات والشروحات النظرية للمادة.
-------------------	--

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	78	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	5
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	122	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	200		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (20)	6 and 12	All
	Assignments	5	5% (4)	Continuous	1,2 and 8
	Online		5% (4)		1,2,3,5,9,10
	Onsite	1	6% (10)	14	All
	Report	6	4%(2)	2,4,6,8,10,11	All
	Seminar				

Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	15	All
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered	المواد	المغطاة
Week 1	التوزيع والقنوات التسويقية		
Week 2	المنافع التسويقية التي يحققها التوزيع		
Week 3	العوامل المؤثرة في اختيار القنوات التوزيعية		
Week 4	تجارة التجزئة وتجارة الجملة		
Week 5	سياسة الترويج... المفهوم والاهمية		
Week 6	الرسالة الترويجية والاستراتيجيات الترويجية		
Week 7	عناصر المزيج الترويجي - الإعلان		
Week 8	تنشيط المبيعات - الكلمة المنطوقة - الدعاية - البيع الشخصي		
Week 9	سياسة التسعير... مفاهيم مرادفة للسعر		
Week 10	أهداف التسعير والعوامل المؤثرة في التسعير		
Week 11	طرق التسعير		
Week 12	تسويق الخدمات - مفاهيم تسويق خدمية - خصائص الخدمات		
Week 13	المزيج التسويقي الخدمي - نظم المعلومات التسويقية والبحث التسويقي		
Week 14	التسويق الإلكتروني		
Week 15	امتحان فصلي		

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	▪ الديوه جي، ابي سعيد، (2001)، ادارة التسويق، دار ابن الاثير للطباعة والنشر، جامعة الموصل.	متوفر
Recommended Texts النصوص الموصى بها	رسائل واطاريح جامعية	متوفر
Websites المواقع الالكترونية		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A – Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D – Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E – Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1206	اساسيات إدارة التسويق	8.00	2
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
4	1	78	122
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفاهيم اساسيات ادارة التسويق على نحو عام ومتضمناتها مع استعراض لموضوعات التسويق من خلال عرض لمفهوم التوزيع والقنوات التوزيعية والعوامل المؤثرة في اختيار القناة التوزيعية، ومن ثم التعرف على الترويج ووسائله، واستراتيجياته، ومفهوم السعر وانواعه، وسياسات التسعير، واهداف التسعير، ومفهوم تجارة الجملة والتجزئة . ومفهوم نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق، ومفهوم تسويق الخدمات، وخصائص الخدمة. ومفاهيم التسويق الالكتروني</p>			



الإستاذ المساعد الدكتور
شامزاد كركر التوحي

د. خديجة عبد الرحمن

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ الإحصاء Principle of Statistics		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-1207		
ECTS Credits	5		
SWL (hr/sem)	125		
Module Level	1	Semester of Delivery	2
Administering Department	MMM-1207	College	MMM
Module Leader	Zena amer Basheer	e-mail	
Module Leader's Acad. Title		Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Asmaa Mohammed Ali	e-mail	
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10/2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	Principle of Statistics	Semester	2
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>26. التعرف على مفاهيم الاحصاء.</p> <p>27. التعرف على مفهوم العينات وانواعها.</p> <p>28. التعرف على كيفية جمع البيانات وتبويبها.</p> <p>29. التعرف على مفهوم التوزيع التكراري النسبي والمتجمع ورسمه.</p> <p>30. التعرف على مفهوم المضلع والمدرج التكراري والمنحنى التكراري ورسمه.</p> <p>31. التعرف على العرض الهندسي والبياني.</p> <p>32. التعرف على مفهوم الوسيط والوسط الحسابي.</p> <p>33. التعرف على الأشربة البيانية والدوائر البيانية ورسمهم.</p> <p>34. التعرف على مفهوم الارتباط وكيفية احتسابه.</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>تتمثل مخرجات التعلم المطلوبة الآتي :</p> <p>31. ان يفهم الطالب مبادئ العلوم الاحصائية.</p> <p>32. ان يكون لدى الطالب القدرة على فهم ماهية العينات وانواعها.</p> <p>33. ان يكون لدى الطالب معرفة على استيعاب رسم التوزيع التكراري النسبي والمتجمع.</p> <p>34. ان يكون لدى الطالب القدرة على معرفة المضلع التكراري والمدرج التكراري والمنحنى التكراري.</p> <p>35. ان يكون لدى الطالب القدرة على المقارنة بين التوزيع التكراري والمضلع والمدرج والمنحنى التكراري.</p> <p>36. ان يكون لدى الطالب القدرة على فهم الوسط الحسابي والوسيط وكيفية احتسابهما.</p> <p>37. ان يكون لدى الطالب القدرة على فهم الأشربة البيانية والدوائر البيانية .</p> <p>38. ان يكون لدى الطالب معرفة في فهم واستيعاب العرض الهندسي والبياني.</p> <p>39. ان يكون لدى الطالب فهم واستيعاب الارتباط وكيفية احتسابه.</p> <p>40. تكليف الطلبة بالواجبات اليومية.</p> <p>41. الحوار والمناقشة.</p> <p>42. التفاعل والتواصل.</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي.</p> <p>مقدمة عن مبادئ الاحصاء ويتضمن:</p> <ol style="list-style-type: none">1. مقدمة عن الاحصاء.2. مفهوم العينات وانواعها.3. مفهوم البيانات وكيفية جمع البيانات وتبويبها.4. مفهوم التوزيع التكراري النسبي والمتجمع ورسمه.5. مفهوم المضلع والمدرج التكراري والمنحنى التكراري ورسمه.6. مفهوم العرض الهندسي والبياني.7. مفهوم الوسيط والوسط الحسابي.

	<p>8. الأشرطة البيانية والدوائر البيانية ورسمهم.</p> <p>9. التعرف على مفهوم الارتباط وكيفية احتسابه.</p> <p>إجمالي الساعات SSWL = 63 (ساعات الامتحان) = 3+ 60 = 63 ساعة (ساعات الجدول الزمني \times 15 أسبوعًا)</p>
--	--

Learning and Teaching Strategies			
استراتيجيات التعلم والتعليم			
Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم حول المفاهيم الاحصائية. وسيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والمحاضرات والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض المسائل الإحصائية التي تتضمن عرض بعض الاشكال والمخططات البيانية والهندسية والشروحات النظرية للمادة.</p>		
Student Workload (SWL)			
الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
Structured SWL (h/sem)	63	Structured SWL (h/w)	6
الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل		الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	
Unstructured SWL (h/sem)	62	Unstructured SWL (h/w)	7
الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل		الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	
Total SWL (h/sem)	125		
الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل			

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (20)	6 and 14	All
	Assignments	6	5% (2)	Continuous	1,2 and 8
	Online	5	5% (2)		1,2,3,5,9,10

	Onsite				
	Report	1	10% (10)	4 and 7	All
	Seminar	2	10%(6)	2,4,6,8,10,11	All
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	14	All
	Final Exam	3hr	50% (50)	15	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered المواد	المغطاة
Week 1	مقدمة في الإحصاء	
Week 2	العينات	
Week 3	جمع وتصنيف وتبويب وعرض البيانات	
Week 4	العرض الجدولي للبيانات	
Week 5	التوزيع التكراري	
Week 6	التوزيع التكراري النسبي	
Week 7	التوزيع التكراري المتجمع	
Week 8	العرض الهندسي والبياني للبيانات	
Week 9	الأشرطة البيانية والمستطيل البياني	
Week 10	الدائرة البيانية	
Week 11	الخط البياني	
Week 12	المضلع والمدرج والمنحي التكراري	
Week 13	الوسط الحسابي	
Week 14	الوسيط	

Week 15	الارتباط
	الامتحان الفصلي

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	مبادئ الاحصاء / د. خاشع الراوي	متوفر
Recommended Texts النصوص الموصى بها	رسائل واطاريح جامعية	متوفر
Websites المواقع الالكترونية		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A – Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D – Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E – Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
<p>Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to</p>				

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	تسويق الاقتصاديات الخضراء Green Economies Marketing		Module Delivery
Module Type	C		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input checked="" type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-1208		
ECTS Credits	5		
SWL (hr/sem)	125		
Module Level	1	Semester of Delivery	2
Administering Department	MM	College	MMM
Module Leader	Saif Abdullah Mustafa	e-mail	Saif.abdullh@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title		Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Name (if available)	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	14/10/1014	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>35. التعرف على اساسيات الاقتصاد الأخضر والتسويق الأخضر ومفاهيمهما</p> <p>36. التعرف على متضمنات التنمية المستدامة</p> <p>37. تحديد المشاكل التي تواجه تطبيق الاقتصاد الأخضر والتسويق الأخضر.</p> <p>38. التعرف على طرق قياس الاقتصاد الأخضر.</p> <p>39. التعرف على مفاهيم المستهلك الأخضر</p> <p>40. تحديد عناصر المزيج التسويقي الأخضر</p> <p>41. تحديد اهداف واهمية التسويق الأخضر</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>1- تعريف الطالب بمفهوم التسويق والمستهلك الأخضر واهميته</p> <p>2 - التعرف على المنتجات الخضراء والسعر الأخضر</p> <p>3- تعريف الطالب باستراتيجيات التسويق الأخضر والترويج الأخضر.</p> <p>4 - تحديد المجالات الرئيسية للاستهلاك الأخضر والقطاعات الخضراء.</p> <p>5 - تعريف الطالب بالانماذج العالمية والعربية للاستدامة والتسويق الأخضر.</p> <p>6- تعريف الطالب بالسعر الأخضر والتسويق البيئي وخصائصه</p> <p>7- التعرف على معنى التنمية المستدامة ومفاهيمها ومتضمناتها</p> <p>8- تحديد اهم متطلبات التحول للاقتصاد الأخضر</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي.</p> <p>الجزء أ – مقدمة عن الاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة وتعريف التسويق الأخضر والمستهلك الأخضر والمنتجات الخضراء)</p> <p>- ابعاد التنمية المستدامة (البعد البيئي, البعد الاقتصادي , البعد الاجتماعي)</p> <p>- مؤشرات التنمية الاقتصادية (الاجتماعية والبيئية والاقتصادية)</p> <p>- الاطار النظري للاقتصاد الأخضر (التحول في عمليات الإنتاج وأنماط الإنتاج والاستهلاك, مؤشر تقديرات الثروة, مؤشر صافي المدخرات المعدل بيئيا)</p> <p>الجزء ب – ويتضمن مفاهيم التسويق الأخضر والمنتجات الخضراء .</p> <p>- أهمية التسويق الأخضر , فتح أسواق جديدة وتعزيز المصادقية</p> <p>- اهداف التسويق الأخضر (إنتاج منتجات آمنة تماما وخدمات غير ضارة للبيئة, خصائص التسويق والترويج الأخضر, امثلة عن التسويق الأخضر).</p> <p>- المزيج التسويقي الأخضر (المنتج, التسعير , التوزيع, الترويج)</p>

	- المستهلك الأخضر (اهتمام المستهلك بمختلف القضايا البيئية, يكون مهتم بالبيئة وملتزم بالقضايا التي تتناولها)
--	--

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض الحالات الدراسية البسيطة التي تتضمن بعض والشروحات النظرية للمادة.
-------------------	--

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطالب محسوب ل ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	6
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	62	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	125		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (20)	5, 12	All
	Seminar	3	10%(6)	3,6,9	1,2
	Assignments	6	5% (2)	Continuous	All
	Online	5	5%(2)		

	Onsite				
	Report	1	10% (10)	13	3,4
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	7	All
	Final Exam	3hr	50% (50)	15	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered	المواد المغطاة
Week 1		1- الإطار النظري للتنمية المستدامة
Week 2		2 - أبعاد التنمية المستدامة
Week 3		3- أهداف ومتطلبات التنمية المستدامة
Week 4		4 - الاطار النظري للاقتصاد الأخضر
Week 5		5 - قياس الاقتصاد الأخضر
Week 6		6 - مجالات الاقتصاد الأخضر
Week 7		7 - اهمية الاقتصاد الأخضر
Week 8		8 - دور مؤشرات الاقتصاد الأخضر في التنمية المستدامة
Week 9		9 - أهمية واهداف التسويق الأخضر
Week 10		10 - خصائص التسويق الأخضر والتسويق البيئي
Week 11		11 - استراتيجيات التسويق الأخضر
Week 12		12- مزايا وعيوب التسويق الأخضر
Week 13		13 - المستهلك الأخضر والمنتجات الخضراء

Week 14	14 – المزيج التسويقي الأخضر
Week 15	امتحان
Week 16	أسبوع تحضيري Preparatory week before the final Exam قبل الامتحان النهائي

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	1 – التسويق الأخضر للتنمية المستدامة / كتاب /أ.د. فريد النجار	
Recommended Texts النصوص الموصى بها	2. دور الاقتصاد الأخضر في تحقيق التنمية المستدامة / أطروحة دكتوراه م.د. سيف عبدالله مصطفى	
Websites المواقع الالكترونية		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 – 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 – 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 – 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 – 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 – 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1104	تسويق الاقتصاديات الخضراء	5	2
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	62
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر. يعتبر هذا المقرر المدخل لدراسة الاقتصاد الأخضر ومن ثم تزويد الطالب بفكرة عامة ومبسطة حول المفاهيم الأساسية لهذا العلم، حتى يتكون لدى الطالب فكرة عن أهمية هذا العلم والأسباب التي أدت الى دراسته وتطوره، والتعرف على التسويق الأخضر وفهم العلاقات والقواعد الأساسية التي تحكم النشاط الاقتصادي والتسويقي الأخضر، مع دراسة مكونات المزيج التسويقي الأخضر</p>			



الاستاذ المساعد الدكتور
بشار عبد الكريم التميمي

د. د. هادي عبد الله محمد

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Computer

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	الحاسوب		Module Delivery
Module Type	B		<input type="checkbox"/> X Theory <input type="checkbox"/> X Lecture <input type="checkbox"/> X Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM1031		
ECTS Credits	3		
SWL (hr/sem)	75		
Module Level	1	Semester of Delivery	2
Administering Department	MMM	College	Administration & Economics
Module Leader	ابتسام كريم تركي	e-mail	
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor	د. حسن محمد نوري	e-mail	
Peer Reviewer Name	د. حسن محمد نوري	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية	2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<ul style="list-style-type: none">• التعريف بالمفاهيم الأساسية لمهارات الحاسوب والاطلاع على تكنولوجيا المعلومات• التدريب على مكونات الحاسوب• التعرف على استخدام نظام التشغيل ويندوز 11• التعرف على استخدام برنامج الورد 2016• استخدام الحاسوب بالحياة اليومية• توظيف مهارات الحاسوب في خدمة المستخدم <p>يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مختصراً إلى أهم خصائص برنامج الورد 2016 ونظام التشغيل ويندوز 11 وهذا يساعد الطالب ويفهمه كيفية استخدام الحاسوب في الحياة العملية والعلمية .</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>1. المهارات الأساسية في استخدام الحاسوب:</p> <ul style="list-style-type: none">- تشغيل وإطفاء الحاسوب بشكل صحيح.- فهم مكونات الحاسوب المختلفة ووظائفها. <p>2. استخدام أنظمة التشغيل:</p> <ul style="list-style-type: none">- القدرة على التنقل في نظام التشغيل (مثل Windows ، macOS ، أو Linux).- إدارة الملفات والمجلدات: إنشاء، نسخ، نقل، وحذف الملفات والمجلدات. <p>3. برامج الإنتاجية:</p> <ul style="list-style-type: none">- استخدام برامج معالجة النصوص (مثل Microsoft Word أو Google Docs).- إنشاء وتعديل جداول البيانات (مثل Microsoft Excel أو Google Sheets). <p>4. مهارات الإنترنت:</p> <ul style="list-style-type: none">- تصفح الويب واستخدام محركات البحث بفعالية.- معرفة كيفية إعداد واستخدام البريد الإلكتروني.- فهم أساسيات الأمان على الإنترنت وحماية البيانات الشخصية. <p>5. المهارات التقنية المتقدمة:</p>

	<p>- فهم الأساسيات البرمجية (مثل مبادئ البرمجة الأساسية إذا كانت جزءاً من المنهج).</p> <p>- معرفة كيفية تثبيت وإزالة البرامج والتطبيقات.</p> <p>- القدرة على حل المشكلات التقنية الأساسية.</p> <p>6. العمل التعاوني عبر الإنترنت:</p> <p>- استخدام أدوات التعاون عبر الإنترنت مثل Google Drive أو Microsoft OneDrive.</p> <p>- المشاركة في الاجتماعات والندوات عبر الإنترنت باستخدام أدوات مثل Zoom أو Microsoft Teams.</p> <p>7. الأخلاقيات الرقمية:</p> <p>- فهم القضايا الأخلاقية المتعلقة باستخدام التكنولوجيا.</p> <p>- التوعية بحقوق الملكية الفكرية واحترامها.</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>المحتوى الإرشادي لمادة مهارات الحاسوب يهدف إلى توفير إطار تعليمي شامل يساعد الطلاب على اكتساب المهارات الأساسية والمتقدمة في استخدام الحاسوب وتقنياته. يمكن تقسيم هذا المحتوى إلى عدة وحدات أو مواضيع رئيسية، تشمل:</p> <p>1. مقدمة إلى الحاسوب:</p> <ul style="list-style-type: none"> - تعريف الحاسوب: ما هو الحاسوب، وتاريخ تطوره. - أنواع الحواسيب: الحاسوب الشخصي، الحاسوب المحمول، الحاسوب اللوحي، الحواسيب الفائقة. - مكونات الحاسوب: الأجهزة (Hardware) والبرمجيات (Software). <p>2. نظام التشغيل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مقدمة إلى أنظمة التشغيل: تعريف نظام التشغيل وأمثلة عليه (مثل Windows ، macOS ، Linux). - التنقل في نظام التشغيل: بدء التشغيل، استخدام سطح المكتب، إدارة النوافذ. - إدارة الملفات والمجلدات: إنشاء، نسخ، نقل، وحذف الملفات والمجلدات. <p>3. برامج الإنتاجية:</p>

- معالجة النصوص: استخدام برامج مثل Microsoft Word أو Google Docs لإنشاء وتنسيق المستندات.

- جداول البيانات: استخدام برامج مثل Microsoft Excel أو Google Sheets لتنظيم البيانات وتحليلها.

4. الإنترنت والاتصالات:

- أساسيات الإنترنت: كيفية الاتصال بالإنترنت، استخدام متصفحات الويب، البحث الفعال عبر محركات البحث.

- البريد الإلكتروني: إنشاء وإدارة حساب بريد إلكتروني، إرسال واستقبال الرسائل.

- التواصل عبر الإنترنت: استخدام أدوات مثل Zoom ، Microsoft Teams ، و Google Meet.

5. البرمجة الأساسية:

- مقدمة إلى البرمجة: تعريف البرمجة وأهميتها.

- لغات البرمجة: نظرة عامة على لغات البرمجة الشائعة مثل Python ، JavaScript.

- كتابة الأكواد الأساسية: إنشاء برامج بسيطة وفهم المنطق البرمجي.

6. الأخلاقيات الرقمية:

- الأخلاقيات في استخدام التكنولوجيا: الاستخدام المسؤول للتكنولوجيا، حقوق الملكية الفكرية.

- التعامل مع المحتوى الرقمي: احترام حقوق الطبع والنشر، التعامل مع المحتوى غير اللائق.

7. الصيانة الأساسية للحاسوب:

- الصيانة الوقائية: تنظيف الأجهزة، تحديث البرمجيات.

- حل المشكلات الأساسية: استكشاف الأخطاء وإصلاحها، إعادة تثبيت نظام التشغيل.

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

تتضمن استراتيجيات التعليم والتعلم لمهارات الحاسوب عدة طرق ووسائل تهدف إلى تعزيز وتعميق فهم المتعلمين في هذا المجال. من هذه الاستراتيجيات الفعالة:

1. التعلم القائم على المشاريع: استخدام مشاريع عملية لتطبيق المهارات المكتسبة، مما يساعد الطلاب على فهم كيفية استخدام البرمجيات والأدوات التقنية في سياقات حقيقية.
 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل في مجموعات لحل المشكلات، مما يعزز من مهارات التواصل والتعاون لديهم.
 3. التعليم المدمج: الجمع بين التعليم التقليدي (وجهاً لوجه) والتعلم الإلكتروني لضمان الحصول على تجربة تعليمية شاملة.
 4. التطبيق العملي والتمارين: توفير فرص للطلاب لتطبيق ما تعلموه من خلال تمارين تطبيقية، مما يساعد على ترسيخ المعلومات.
 5. استخدام الألعاب التعليمية: استخدام الألعاب والتطبيقات التفاعلية لزيادة التفاعل والتحفيز لدى المتعلمين.
 6. استراتيجيات التعلم الذاتي: تشجيع الطلاب على استكشاف الموارد التعليمية المتاحة عبر الإنترنت وتعلم المهارات بشكل مستقل.
 7. التقييم المستمر: استخدام وسائل تقييم متنوعة لمتابعة تقدم الطلاب وضمان فهمهم للمحتوى.
 8. التدريب العملي في المختبرات: توفير مختبرات حاسوبية مجهزة لتطبيق المهارات المكتسبة في بيئة مهنية.
- تساعد هذه الاستراتيجيات في جعل تعلم مهارات الحاسوب أكثر فعالية وتحفيزاً للتعلمين.

Strategies

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعاً

Structured SWL (h/sem)	48	Structured SWL (h/w)	3
------------------------	----	----------------------	---

الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل		الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	27	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	2
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	75		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات	1hr/2	10% (20)	5,10	All
	الواجبات البيتية	1hr/5	5% (2)	3,6,9,12,15	نظام ويندوز
	واجبات داخل الكلية	1hr/2	5% (2)	8,14	تطبيقات ويندوز
	التقرير	1hr	10% (1)	15	All
Summative assessment	المختبر	2hr	10% (5)	7	ويندوز و وورد 2016
	امتحان النصف	1hr	10%(1)	15	All
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)	16	All
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	مكونات الحاسوب , المقدمة
Week 2	مكونات الحاسوب
Week 3	نظام ويندوز 11 , المقدمة

Week 4	واجهة نظام ويندوز 11 سطح المكتب والايقونات الأساسية
Week 5	نافذة الإعدادات لنظام ويندوز 11
Week 6	خلفية سطح المكتب وشاشة التوقف لنظام ويندوز 11
Week 7	الامتحان الأول للفصل الأول
Week 8	حذف البرامج او التطبيقات وتنصيبها
Week 9	حسابات المستخدمين
Week 10	الملفات والمجلدات
Week 11	مقدمة عن برنامج الورد 2016
Week 12	قائمة ملف file
Week 13	تبويب الصفحة الرئيسية وتبويب ادراج
Week 14	تبويب تصميم وتبويب تخطيط
Week 15	الامتحان الثاني للفصل الأول

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	تطبيق عملي واجهة ويندوز 11
Week 2	تطبيق عملي تثبيت ويندوز
Week 3	تطبيق عملي التعامل مع حذف وتنصيب البرامج
Week 4	تطبيق عملي حسابات المستخدمين
Week 5	تطبيق عملي الملفات والمجلدات
Week 6	تطبيق عملي التعرف على برنامج وورد 2016
Week 7	تطبيق عملي قوائم الورد

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	محمد مالك , ابن بلال الزغبى	لا
النصوص الموصى بها	مقدمة في مهارات الحاسوب /تأليف محمد مالك وآخرون	لا
المواقع الإلكترونية		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C – Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التفاضل عن "فشل التميريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
------	---------------------	------	----------

UOM1031	الحاسوب	3	2
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	48	27
Description			
<p>يهدف هذا المقرر تزويد الطالب بالمفاهيم الاساسية لمهارات الحاسوب والاطلاع على تكنولوجيا المعلومات والتدريب على مكونات الحاسوب والتعرف على استخدام نظام التشغيل ويندوز 11 والتعرف على استخدام برنامج الورد 2016 و استخدام الحاسوب بالحياة اليومية وتوظيف مهارات الحاسوب في خدمة المستخدم.</p>			



الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا العويبي

م. م. حازم حبيب



MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	English Language		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input checked="" type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM1021		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Accounting Department	MAC	College	UOMM
Module Leader	رفل محمود جاسم	e-mail	rafal_mahmood@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	lecturer	Module Leader's Qualification	
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name		e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	01/10/2024	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module مواد ممهدة	لا يوجد	Semester	
Co-requisites module مواد مكملة	لا يوجد	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none">1- Teaching students about greetings, the use of auxiliary verbs, numbers (1-10) and singular and plural2- Teaching students about Countries, pronouns and possessives(her, his)3- Teaching students about jobs, how to make negative and questions sentences4- Teaching students about how to explain personal information and the use of numbers(11-20)5- Teaching students about relationships with the family and friends, the use of possessives(our, their)6- Teaching students about the use of have and has, and the use of alphabet with the correct pronunciation7- Teaching students about to express the way I live, and present simple tense with (I, you, we, they)8- Teaching students about the use of articles, languages, nationalities, numbers and prices.9- Teaching students about how to express the time, the use of present simple tense with (he, she)10- Teaching students about (always, sometimes, never), words that go together, and days of the week.11- Teaching students about how to express my favorites, and the use of question words12- Teaching students about how to express rooms, furniture, and the use of prepositions and directions
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none">1- The student is able to use am, is, are, and the numbers (1-10), and hoe to use singular and plural2- The student is able to express (your world, countries) the use of (he, she, it) and possessives (his, her)3- The student is able to express all about you, jobs, negatives, and questions4- The student is able to express personal information, numbers (11-20)5- The student is able to talk about family and friends, the use of possessives(our, their)6- The student is able to use have, has. The alphabet7- The student is able to express the way he live. The use of present simple with (I, you, they, we)8- The student is able to use articles, how to express nationalities, languages, numbers and prices9- The student is able to express the time, the use of present simple with (he, she)10- The student is able to use(always, sometime, never) and days of the week11- The student is able to express my favorites and question words12- The student is able to express rooms, furniture, prepositions and directions
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	يتضمن المحتوى الإرشادي ما يأتي. <u>Part A - Class Lecture</u>

- 1- دراسة الحروف والارقام باللغة الانكليزية وكيفية لفضها وكتابتها واستخدامها بالشكل الصحيح
- 2- دراسة بعض المفردات اللغوية الانكليزية المهمة في الحياة اليومية وكيفية استخدامها بالمحادثات اضافة الى كتابتها املايا بشكل صحيح
- 3- دراسة زمن المضارع البسيط باللغة الانكليزية واستخداماته
- 4- دراسة ادوات التعريف وكيفية استخدامها اضافة الى حروف الجر والضمائر وضمائر التملك وكيفية الجمع والمفرد
- 5- دراسة كيفية التعبير عن الذات باللغة الانكليزية وشرح العلاقات العائلية والصدائة
- 6- التعبير عن اللغات والجنسيات المختلفة
- 7- دراسة ايام الاسبوع والتعبير عن الوقت
- 8- دراسة التعبير عن الاثاث ومكونات الغرفة والاتجاهات وتحديد المواقع

Part B - Tutorial

- 1- استخدام المحادثات والاسئلة والاجوبة المباشرة لتمكين الطالب من الفهم والاستيعاب مع الاجابة بشكل صحيح باللغة الانكليزية
 - 2- قراءة بعض النصوص لتمكين الطالب من الفهم واستيعاب اكبر عدد ممكن من المفردات اللغوية الانكليزية
 - 3- استخدام القراءة الجهرية للنصوص من قبل الطالب من اجل ضبط اللفظ الصحيح للمفردات
 - 4- استخدام الكتابات المباشرة من اجل تمكين الطالب من الكتابة الاملائية الصحيحة وبشكل متقن
 - 5- تمكين الطالب من استخدام المهارات اللغوية (القراءة، الاستماع، الكتابة، التحدث) بمهارة من خلال الانشطة الصفية المختلفة ودمجها بالحياة اليومية
- Total hrs = 60 = SSWL - (Exam hrs) = 60+ 3 = 63 hr (Time table hrs x 15 weeks)

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies

الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال تحليل الحالات العملية لتطبيق المهارات اللغوية التي تنطوي على بعض أنشطة ومشاركة الطلاب في تطبيق هذه الحالات وتحليلها

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem)	33	Structured SWL (h/w)	5
الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل		الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	
Unstructured SWL (h/sem)	17	Unstructured SWL (h/w)	3
الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل		الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	
Total SWL (h/sem)	50		
الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل			

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

	Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Quizzes	3	20% (15)	4, 7, 10, 13	LO#1, #2, #3,

Formative assessment التقييم التكويني					LO #4, #5, LO #6 #7, LO #8 #9
	Online Assignments	1	5% (10)	Continuous	LO #3, #4 and #6, #7
	Onsite Assignments	4	5% (10)	Continuous	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #5, #8 and #9
	Seminar	1	5%(5)	2,12	LO #6, #7, #8, #9
Summative assessment التقييم التلخيصي	Midterm Exam	1hr	10% (10)	7	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	Hello, am\is\are, Numbers 1-10, plurals
Week 2	Your world, Countries, He\she\they, His\ her
Week 3	All about you, Jobs, Negatives and questions
Week 4	Personal information, Numbers 11-20
Week 5	Family and friends, Our\ their, possessive's
Week 6	The family, has\ have, The alphabet
Week 7	The way I live, Sports, Food, Drinks, Present simple- I, you, we, they
Week 8	a, an, Languages and Nationalities, Number and prices
Week 9	Every day, The time, Present simple- he\she
Week 10	Always, sometimes, never, Words that go together, Days of the week
Week 11	My favorites, Question words
Week 12	Me\ him\ us\ them, this\ that, adjectives
Week 13	Where I live, rooms and furniture
Week 14	There is\ are, Prepositions,





Week 15	Directions
Week 16	Final Exam

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus) المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

Learning and Teaching Resources مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	New Headway Plus / Beginner Student's Boob. For : John and Liz Soars/ Oxford University Press	No
Recommended Texts		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
UOM1021	اللغة الانكليزية	2	2
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	33	17
Description			
<p>This course aims to enabling students to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Teaching students about greetings, the use of auxiliary verbs, numbers (1-10) and singular and plural 2- Teaching students about Countries, pronouns and possessives (her, his) 3- Teaching students about jobs, how to make negative and questions sentences 4- Teaching students about how to explain personal information and the use of numbers (11-20) 5- Teaching students about relationships with the family and friends, the use of possessives (our, their) 6- Teaching students about the use of have and has, and the use of alphabet with the correct pronunciation 7- Teaching students about to express the way I live, and present simple tense with (I, you, we, they) 8- Teaching students about the use of articles, languages, nationalities, numbers and prices. 9- Teaching students about how to express the time, the use of present simple tense with (he, she) 10- Teaching students about (always, sometimes, never), words that go together, and days of the week. 11- Teaching students about how to express my favorites, and the use of question words <p>Teaching students about how to express rooms, furniture, and the use of prepositions and direction</p>			


 الأستاذ المساعد الدكتور
 بشارة ذاك النورجيا




 د. السيد محمد صالح



المرحلة الثانية الكورس الاول نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information				
معلومات المادة الدراسية				
Module Title	تسويق خدمات		Module Delivery	
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	MMM-2307			
ECTS Credits	7			
SWL (hr/sem)	175			
Module Level	2	Semester of Delivery		3
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE	
Module Leader	Shaima Nathim Hamdoon		e-mail	shaima_nazem@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.	
Module Tutor	N.A		e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Prof. Dr.Munther Khuder Yaqoob		e-mail	Monther_khuder@uomosul.edu.iq
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0	

Relation with other Modules				
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى				
Prerequisite module	None		Semester	
Co-requisites module	None		Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none">1. تزويد الطالب بمفاهيم الخدمة وخصائصها ودورها في المنظمات التسويقية على نحو خاص.2. تعريف طلاب المرحلة بعناصر المزيج التسويقي الخدمي والتي تصبح كقاعدة اساسية يتم الاعتماد عليها في تطوير سياسات المنظمات التسويقية الخدمية وتمييزها.3. اعطاء الطالب فكرة عن العوامل المؤثرة بعناصر المزيج التسويقي الخدمي
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none">1. التعرف على اهم مفردات مادة تسويق الخدمات وهي تعد من اساسيات علم التسويق.2. التعرف على البيئة التسويقية للخدمة.3. التعرف على عناصر المزيج التسويقي الخدمي في المنظمة.4. التعرف المكانة الذهنية للخدمات5. التعرف على الية التسويق الالكتروني للمنتجات6. التعرف على علاقة المنظمة الخدمية بالزبائن .7. التعرف على جودة الخدمات المقدمة من قبل المنظمة.
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	<p>Indicative content includes the following.</p> <p><u>مقدمة عن تسويق الخدمة في منظمات الاعمال</u> <u>مفهوم واهداف الخدمة وبيئتها</u> <u>خصائص الخدمة</u> <u>تصميم الخدمات</u> <u>المكانة الذهنية للخدمة</u> <u>جودة الخدمة</u> <u>عناصر المزيج التسويقي الخدمي</u> <u>مفهوم الخدمة</u> <u>الخدمة الالكترونية</u> <u>تسعير الخدمة</u> <u>ترويج الخدمة</u> <u>توزيع الخدمة</u> <u>الافراد العاملون</u> <u>الدلائل المادية</u> <u>العمليات</u> <u>علاقة المنظمة الخدمية مع الزبائن</u> <u>امتحان فصلي</u></p>
Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>

Student Workload (SWL)			
الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	6
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	112	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	175		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	On line Assignments	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #4, and #7
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		



Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	التعرف على مفهوم الخدمة وخصائصها
Week 2	مفهوم الخدمة والمزيج التسويقي للخدمة
Week 3	تسعير الخدمات
Week 4	ترويج الخدمات
Week 5	توزيع الخدمات
Week 6	الافراد العاملون والعمليات والدلائل المادية
Week 7	امتحان 1
Week 8	مفهوم المكانة الذهنية للخدمة
Week 9	خطوات بناء المكانة الذهنية للخدمة
Week 10	تصميم ومعايير الخدمات
Week 11	بناء العلاقات مع الزبائن في المنظمات الخدمية
Week 12	مفهوم جودة الخدمة
Week 13	التسويق الالكتروني للخدمات
Week 14	تطبيقات تسويق الخدمة في المنظمات الصحية والمصرفية والتعليمية
Week 15	امتحان 2

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	_____

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	رانيا المجني، 2020، تسويق الخدمات، الجامعة الافتراضية السورية	Yes
Recommended Texts	Alan Wilson, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. (2019), "SERVICEE Marketing INTEGRATING CUSTOMER FOCUS ACROSS THE FIRM", Third European Edition, UK.	Yes
Websites		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F - Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2307	تسويق خدمات	7	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم الخدمة وخصائصها وانواعها، وعناصر المزيج التسويقي الخدمي المكون من سبعة عناصر رئيسية، وكذلك التعرف على البيئة التسويقية المؤثرة في تسويق الخدمة، وجودة الخدمة المقدمة، والتسويق الالكتروني للخدمة، وكذلك التعرف على المكانة الذهنية، وبيان دور وكذلك التعرف على العلاقة بين المنظمة الخدمية والزبائن، وكذلك تقديم تطبيقات لتسويق الخدمة في المنظمات الصحية والمصرفية والتعليمية.</p>			



فدية الكارثة
 د. شحاتة سالم
 ٢٠٢٦ / ٤ / ٣

الاستاذ المساعد الدكتور
 بشارة ذاك التويحي

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	امدادات التسويق		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-2308		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	175		
Module Level	2	Semester of Delivery	3
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Mohammad Mahmood Al-Mulla Hasan	e-mail	mohamed_almola@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assist. Pro. Dr	Module Leader's Qualification	Dr.
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	N. A	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	2025/6/4	Version Number	1.0

Relation with other Modules

العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى

Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>4. فهم المفاهيم الأساسية لإمدادات التسويق: إذ يتعرف الطالب على مفاهيم مثل سلسلة التوريد، التوزيع، التخزين، النقل، والتوصيل، وعلاقتها بالعملية التسويقية.</p> <p>5. تمييز الأنشطة الرئيسية في إدارة اللوجستيات التسويقية وكيفية إدارة المخزون، طرق النقل، اختيار قنوات التوزيع، واستراتيجيات توصيل المنتجات بفعالية.</p> <p>6. تطبيق أدوات وتقنيات حديثة في اللوجستيات ومعرفة بأحدث الاتجاهات التقنية مثل أنظمة إدارة سلسلة التوريد (SCM) والتتبع الذكي للطلبات.</p> <p>7. تحليل حالات دراسية واقعية لفهم التحديات الواقعية التي تواجهها الشركات في الإمدادات.</p> <p>8. بناء قدرات التفكير النقدي واتخاذ القرار في إدارة العمليات اللوجستية المعقدة.</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>1. شرح المفاهيم الأساسية لإمدادات التسويق وسلسلة التوريد، وربطها بالأنشطة التسويقية المختلفة.</p> <p>2. تمييز المكونات الرئيسية لإدارة اللوجستيات مثل النقل، التخزين، التوزيع، والمخزون.</p> <p>3. اختيار قنوات التوزيع واستراتيجيات النقل المناسبة بما يتماشى مع طبيعة المنتج والسوق المستهدف.</p> <p>4. تطبيق أدوات وتقنيات حديثة في مجال الإمدادات، مثل أنظمة SCM والتتبع الذكي للطلبات.</p> <p>5. تحليل تحديات واقعية من خلال دراسة حالات عملية واقتراح حلول لوجستية مناسبة.</p> <p>6. تنمية مهارات التفكير النقدي والعمل الجماعي في معالجة مشكلات سلسلة الإمداد واتخاذ القرارات المناسبة.</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>تركز مادة امدادات التسويق على المفردات الاتية:</p> <p>1. مفهوم الامدادات وتطورها التاريخي</p> <p>2. الأنشطة الأساسية والثانوية لامدادات التسويق</p> <p>3. الهيكل التنظيمي المطلوب لإدارة الامدادات ضمن بيئة المنظمة</p> <p>4. النقل واهميته ووسائله</p> <p>5. التخزين وانواعه والسيطرة المخزنية</p> <p>6. المناولة ومبادئها</p> <p>7. الأصول العلمية في كل عملية شراء</p> <p>8. إدارة سلسلة التوريد ومبادئها</p>

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies

الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem)	63	Structured SWL (h/w)	5
الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل		الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	
Unstructured SWL (h/sem)	112	Unstructured SWL (h/w)	6
الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل		الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	
Total SWL (h/sem)	175		
الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل			

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

As		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3, #4, #5, #6,
	On line Assignments	5	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #5,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #3, and #5
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	8	LO #1 - #2 and #6
	Final Exam	3hr	50% (50)	15	All

Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	المفهوم والتطور التاريخي لإدارة الامدادات
Week 2	اهمية واهداف ادارة الامدادات
Week 3	التنظيم الداخلي لإدارة الامدادات
Week 4	نشاط النقل واهميته
Week 5	اهداف ووسائل النقل
Week 6	العوامل المحددة لاختيار وسائل النقل
Week 7	نشاط التخزين واهميته
Week 8	اهداف التخزين وانواع المخازن
Week 9	نشاط خدمة الزبائن واهميته وأهدافه
Week 10	انشطة الامدادات الثانوية / نشاط المناولة
Week 11	انشطة الامدادات الثانوية / نشاط التعبئة والتغليف
Week 12	الأصول العلمية الخمسة في الشراء
Week 13	إدارة سلاسل التوريد ومبادئها
Week 14	عناصر سلاسل التوريد وسلسلة التوريد الالكترونية
Week 15	الامتحان الفصلي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	-

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	الرسائل والاطاريج والكتب العلمية	Yes
Recommended Texts	مهارات واساليب متنوعة للتعامل مع مهارات امدادات التسويق	Yes
Websites		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 14

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2308	امدادات التسويق	7	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)

3	1	63	112
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية لإمدادات التسويق ومكوناتها وعناصرها وأنواعها، مع التطرق إلى التطور التاريخي لسلسلة الإمداد ودورها في دعم الأنشطة التسويقية. كما يسلط الضوء على الاتجاهات الحديثة في إدارة الإمدادات وتأثير العولمة والتكنولوجيا على كفاءة سلاسل التوريد. يتناول المقرر أيضًا آليات التنسيق بين الأنشطة اللوجستية والتسويقية، وأهمية الشراكات بين الموردين والموزعين، بالإضافة إلى استعراض الضمانات والمعايير العامة التي تضمن جودة وكفاءة الخدمات اللوجستية. ويشمل المقرر دراسة النماذج الناجحة في إدارة الإمدادات، وكيفية تعزيز استدامة سلسلة الإمداد ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.</p>			



 الأستاذ المساعد الدكتور
 بشائر ذكاء التميمي



 جامعة القادسية
 كلية الإدارة والاقتصاد
 قسم إدارة التسويق



 2024

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اساسيات المزيج التسويقي		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-2309		
ECTS Credits	5		
SWL (hr/sem)	125		
Module Level	2	Semester of Delivery	3
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Dr. Abdulbari abdulmajeed ahmed		e-mail
			abdulbary_ahmed@uomosul.edu.u.iq
Module Leader's Acad. Title	Lecturer	Module Leader's Qualification	Ph.D
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Assist. Prof. Omar Yaseen	e-mail	
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>يركز هذا المقرر على اثنتين من العناصر الأساسية في المزيج التسويقي وهما: المنتج والتسعير، إذ يهدف إلى تزويد الطالب بالمعارف النظرية والمهارات التطبيقية لفهم كيفية تطوير المنتجات وتسعيرها بشكل فعال ضمن السياق التسويقي المعاصر، فالمقرر يتناول المفاهيم الأساسية المرتبطة بالمنتجات وكيفية تصميم وإدارة المنتجات، استراتيجيات تطوير المنتجات الجديدة، منهجيات خلق أفكار وطرق حل المشكلات في الأسواق التنافسية، كما يناقش المقرر المفاهيم والاستراتيجيات المرتبطة بالتسعير، بما في ذلك محددات السعر، استراتيجيات التسعير المختلفة، التسعير النفسي، وتفاعل السعر مع الطلب والتكاليف والمنافسة</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. تعريف الطلاب بمفهوم المنتج ومراحله في دورة حياته. (Product Life Cycle). 2. فهم أنواع المنتجات (سلعية، خدمية، استهلاكية، صناعية) وخصائص كل منها. 3. تحليل مكونات المنتج: المنتج الأساسي - المنتج الفعلي - المنتج المعزز. 4. تنمية قدرة الطالب على تطوير أفكار منتجات جديدة. 5. التدريب على خطوات إدارة وتطوير المنتجات الجديدة (NPD) من الفكرة حتى الإطلاق. 6. فهم استراتيجيات تمييز المنتج وبناء قيمة تنافسية. 7. تعريف الطلاب بأهمية التسعير ودوره في المزيج التسويقي. (4Ps) 8. التعرف على العوامل المؤثرة في قرار التسعير: التكاليف، المنافسة، الطلب، القوانين. 9. فهم سياسات التسعير في الأسواق المختلفة: B2B، B2C، وخدمات. 10. معالجة مشكلات التخفيضات، الخصومات، العروض الترويجية، وتسعير المواسم.
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>Indicative content includes the following.</p> <p><u>مفاهيم واساسيات المنتج</u></p> <p><u>مستويات واشكال المنتج</u></p> <p><u>مقومات تكوين الأفكار ومصادر أفكار المنتجات</u></p> <p><u>اختبار مفهوم المنتج وطرق اختبار مفهوم المنتج</u></p> <p><u>مصادر ومنهجيات جمع المعلومات حول المشاكل</u></p> <p><u>مفاهيم ومراحل تصميم المنتجات الجديدة</u></p> <p><u>أنواع استراتيجيات تطوير المنتجات</u></p> <p><u>مفهوم السعر واهمية وأهداف التسعير</u></p> <p><u>طرق التسعير</u></p> <p><u>التسعير عبر دورة حياة المنتج</u></p> <p><u>العوامل المؤثرة في تحديد السعر (الداخلية والخارجية)</u></p>

	<p>مراحل وخطوات تحديد السعر</p> <p>استخدام الذكاء الاصطناعي في قرارات التسعير</p> <p>دور التسعير في التسويق عبر الإنترنت ومنصات التواصل</p> <p>امتحان نهاية الكورس الأول</p>
Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	78	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	5
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	47	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	125		

Module Evaluation تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	On line	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,

	Assignments				
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #4, and #7
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	التعرف على مفهوم المزيج التسويقي واهدافه وخصائصه
Week 2	مفهوم المنتج واهمية المنتجات
Week 3	التعرف على مستويات واشكال المنتج
Week 4	التعرف على مقومات تكوين أفكار المنتج الجديد ومصادر الافكار
Week 5	التعرف على طرق اختبار افكار المنتج الجديد
Week 6	دراسة انواع المشاكل المتعلقة بتقديم المنتج للأسواق
Week 7	امتحان 1
Week 8	مفهوم واهمية واهداف التسعير
Week 9	دراسة طرق التسعير
Week 10	التعرف على العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في تحديد السعر
Week 11	دراسة مراحل وخطوات تحديد السعر
Week 12	التعرف على دور التسعير في التسويق عبر الانترنت ومنصات التواصل

Week 13	التعرف على المعوقات التي تواجه المنظمات في تحديد السعر
Week 14	دراسة طرق التسعير الدولي للمنظمات
Week 15	امتحان 2

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	_____

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	<p>1. كتاب إدارة المنتجات / محمود الصميدعي ، ردينة عثمان 2016 / بحوث ومقالات ، كتاب إدارة المنتج: د. محمد خضر، 2020</p> <p>2. ديب، حيان (٢٠١٧)، مدخل إلى التسويق الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، سورية.</p> <p>3. عبيدات، محمد ابراهيم (٢٠١5)، أساسيات التسعير في التسويق المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.</p>	Yes
Recommended Texts	<p>1.Kotler Philip, Armstrong Gary, Harris Lloyd C., Piercy Nigel, Y,2017 Principles of Marketing, 7th European Edition, Pearson Education,</p> <p>2.Smith Tim J.,2012 Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures, South-Western Cengage Learning</p>	Yes
Websites		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F - Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2309	اساسيات المزيج التسويقي	5	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	78	47
Description			
يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم المزيج التسويقي وخصائصها، وعناصر المزيج التسويقي، وكذلك التعرف على فهم كيفية تطوير وإدارة المنتجات عبر دورة حياتها ، والتعرف على استراتيجيات المنتجات ، وأيضا معرفة مفاهيم التسعير واهدافه وأساليب التسعير والعوامل المؤثرة فيه ، واكتساب مهارات تحليل السوق لاتخاذ قرارات فعالة بشأن المنتج والسعر.			



 الأستاذ المساعد الدكتور
 بشارة زكريا التومجي
 كلية الإدارة والتسويق
 قسم إدارة التسويق
 م. د. عبد المبارك عبد الكبر



MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اساسيات أساليب كمية وتطبيقات spss		Module Delivery
Module Type	B		<input checked="" type="checkbox"/> Theory
Module Code	MMM-23010		<input type="checkbox"/> Lecture
ECTS Credits	6		<input checked="" type="checkbox"/> Lab
SWL (hr/sem)	150		<input type="checkbox"/> Tutorial
			<input type="checkbox"/> Practical
			<input type="checkbox"/> Seminar
Module Level	2	Semester of Delivery	3
Administering Department	MMM-23010	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Najdat Mustafa Musaib	e-mail	najdat.almehrab@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Mustafa Faisal Saeed Ali Saad Aaid	e-mail	
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	

Co-requisites module	None	Semester	
----------------------	------	----------	--

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<p>9. تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول الى الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية</p> <p>10. تعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية والغير معلمية</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>8. التعرف على البرمجة الخطية</p> <p>9. كيفية صياغة نموذج برمجة خطية</p> <p>10. تحديد النقاط في الرسم البياني</p> <p>11. التوصل للحل الأمثل</p> <p>12. كيفية اجراء استبيان</p> <p>13. كيفية التعامل مع متحولات برنامج spss</p> <p>14. كيفية تحليل الاستبيان</p> <p>15. التعرف على الإحصاء الوصفي</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>Indicative content includes the following.</p> <p><u>البرمجة الخطية</u></p> <p><u>صياغة نموذج البرمجة الخطية</u></p> <p><u>طرق حل نموذج البرمجة الخطية</u></p> <p><u>الرسم البياني</u></p> <p><u>طرق الرسم البياني</u></p> <p><u>حالات خاصة للرسم البياني</u></p> <p><u>طرية الحل الأمثل باستخدام السمبلكس</u></p> <p><u>الاستبيان</u></p>

	<p><u>نظرة عامة حول برنامج SPSS</u></p> <p><u>تعريف المتحولات و القيم المفقودة</u></p> <p><u>تحليل الاستبيان</u></p> <p><u>استكشاف البيانات</u></p> <p><u>المخططات البيانية في برنامج spss</u></p> <p><u>جدول الاحصاء الوصفي</u></p> <p><u>القيم الشاذة و القيم المفقودة</u></p>
Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	5
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	102	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	150		

Module Evaluation تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	On line Assignments	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #4,and #7
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #8
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		



Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	مقدمة عن الأساليب الكمية
Week 2	صياغة نموذج البرمجة الخطية
Week 3	طرق حل نموذج البرمجة الخطية

Week 4	طرق الرسم البياني
Week 5	حالات خاصة للرسم البياني
Week 6	طرية الحل الأمثل باستخدام السمبلكس
Week 7	امتحان 1
Week 8	نظرة عامة حول برنامج SPSS
Week 9	تعريف المتحولات والقيم المفقودة
Week 10	تحليل الاستبيان
Week 11	استكشاف البيانات
Week 12	المخططات البيانية في برنامج SPSS
Week 13	جدول الاحصاء الوصفي
Week 14	القيم الشاذة والقيم المفقودة
Week 15	امتحان 2

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	تعريف المتحولات والقيم المفقودة
Week 2	تحليل الاستبيان
Week 3	استكشاف البيانات
Week 4	المخططات البيانية في برنامج spss
Week 5	جدول الاحصاء الوصفي
Week 6	القيم الشاذة والقيم المفقودة
Week 7	امتحان عملي

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	<p>بحوث العمليات – دلال صادق الجواد، حمي ناصر الفتال 2008</p> <p>الأساليب الكمية في التسويق – محمود الصميدعي، ردينة عثمان</p> <p>التحليل الاحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج IBM SPSS Statistic</p> <p>غيث البحر و د. معن التنجي</p>	Yes
Recommended Texts	محاضرات من الانترنت عن الأساليب الكمية	Yes
Websites		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 – 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 – 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 – 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 – 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 – 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
<p>Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.</p>				

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2307	اساسيات أساليب كمية وتطبيقات spss	6	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	46	102
Description			
تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول الى الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية وتعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية وغير معلمية			

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاك التويحي



م. م. محمد هادي

م. م. محمد هادي

م. م. محمد هادي



MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	الحاسوب والذكاء الاصطناعي Computer & AI		Module Delivery
Module Type	3		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input checked="" type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM-201		
ECTS Credits	3		
SWL (hr/sem)	75		
Module Level	2	Semester of Delivery	3
Administering Department	Marketing Management	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Saif Khalid Zakaria	e-mail	Saif_khalid@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Lecturer	Module Leader's Qualification	M.SC
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name		e-mail	
Scientific Committee Approval Date		Version Number	0.1

Relation with other Modules

العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى

Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	



Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives أهداف المادة الدراسية	1. تزويد طلبة إدارة التسويق بالمعرفة الأساسية حول شبكات الحاسوب، أنواعها، ومبادئ أمن المعلومات.
	2. تمكين الطلبة من فهم تطبيقات التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية الرقمية ودورها في الأنشطة التسويقية.
	3. إكساب الطلبة فهماً شاملاً لمبادئ الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الأعمال والهواتف الذكية.
	4. دعم مهارة استخدام أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك المستهلك وتحسين الحملات التسويقية.
	5. تطوير قدرات الطلبة على تشخيص المشكلات الشائعة في الأجهزة والبرمجيات والتعامل معها.
	6. تعزيز الوعي الأخلاقي والمسؤولية الرقمية عند استخدام البيانات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال التسويقي.
	7. تمكين الطلبة من متابعة الاتجاهات التكنولوجية الحديثة واتخاذ قرارات تسويقية مبنية على البيانات والابتكار.
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	16. شرح أساسيات شبكات الحاسوب، ومكوناتها، وأنواعها، ومفاهيم أمن المعلومات والتهديدات الرقمية. 17. توضيح تطبيقات التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية الرقمية ودورها في دعم الأنشطة التسويقية. 18. بيان مبادئ الذكاء الاصطناعي، تاريخه، خصائصه، وتطبيقاته في الأعمال والهواتف الذكية. 19. استخدام أدوات الحاسوب وتقنيات حل المشكلات لتشخيص الأعطال الشائعة في الأجهزة والبرمجيات.

	<p>20. توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك المستهلك، تحسين تجربة المستخدم، وتطوير الحملات التسويقية.</p> <p>21. تطبيق المساعدات الذكية وتطبيقات الهواتف المعتمدة على الذكاء الاصطناعي في الاتصال التسويقي الرقمي.</p> <p>22. تقييم الاتجاهات الحديثة في الذكاء الاصطناعي والتقنيات الناشئة وربطها بفرص التطوير في مجال التسويق.</p> <p>23. لالتزام بالاستخدام الأخلاقي والمسؤول لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مع مراعاة الخصوصية والمسؤولية الرقمية.</p> <p>24. إظهار وعي متقدم بالأمن السيبراني وأثره في حماية البيانات في بيئات الأعمال والتسويق الرقمي.</p> <p>25. ممارسة التفكير النقدي واتخاذ قرارات تسويقية مبنية على البيانات والتحليلات المدعومة بالذكاء الاصطناعي.</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>Indicative content includes the following.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>مقدمة في شبكات الحاسوب</u> 2. <u>أنواع الشبكات ومكونات البنية الشبكية</u> 3. <u>أساسيات أمن الشبكات والتهديدات الرقمية</u> 4. <u>مقدمة في التجارة الإلكترونية</u> 5. <u>الخدمات المصرفية الرقمية وأنظمة الدفع الإلكتروني</u> 6. <u>المفاهيم الأساسية في صيانة الحاسوب</u> 7. <u>أدوات وأساليب الصيانة ومعالجة الأعطال</u> 8. <u>مقدمة في الذكاء الاصطناعي: المفاهيم والتاريخ</u> 9. <u>خصائص الذكاء الاصطناعي وفوائده وتحدياته</u> 10. <u>الذكاء الاصطناعي في الهواتف الذكية والمساعدات الرقمية</u> 11. <u>تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق والتعليم والصحة والنقل</u> 12. <u>تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المالية والروبوتات والأتمتة</u> 13. <u>الذكاء الاصطناعي والمجتمع: الآثار الاجتماعية والاقتصادية</u> 14. <u>القضايا الأخلاقية في الذكاء الاصطناعي والاتجاهات المستقبلية</u> 15. <u>امتحان فصلي</u>
<p>Learning and Teaching Strategies</p> <p>استراتيجيات التعلم والتعليم</p>	
<p>Strategies</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. المحاضرات التفاعلية: تقديم المحتوى النظري باستخدام شرح مباشر مدعوم بالأمثلة الواقعية المرتبطة بالتسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي. 2. العروض التوضيحية العملية: عرض كيفية استخدام بعض التطبيقات أو أدوات الذكاء الاصطناعي، وطريقة تشخيص الأعطال الحاسوبية البسيطة. 3. التعلم القائم على المشكلات: تكليف الطلبة بحل مشكلات تقنية أو تسويقية واقعية تتعلق بالشبكات، التجارة الإلكترونية، أو الذكاء الاصطناعي. 4. التعلم التعاون: تقسيم الطلبة إلى مجموعات لتنفيذ مهام أو مناقشة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الهواتف الذكية أو التسويق. 5. النقاشات الصفية: تشجيع الحوار حول القضايا الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، وأمن المعلومات، والتحديات الرقمية في سوق العمل التسويقي.

	<p>6. التعلم القائم على المشاريع: تكليف الطلبة بإعداد مشروع بسيط مثل تحليل تطبيقات AI في التسويق، أو دراسة حالة عن الخدمات الرقمية.</p> <p>7. استخدام الوسائط المتعددة: توظيف فيديوهات تعليمية، محاكات، وعروض مرئية لتعزيز استيعاب المفاهيم التقنية.</p> <p>8. الواجبات المنزلية والمهام البحثية: تكليف الطلبة ببحوث قصيرة لتحليل الاتجاهات الحديثة في الذكاء الاصطناعي أو التجارة الإلكترونية.</p>
--	---

Student Workload (SWL)			
الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	27	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	75		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7, #9, #10
	On line Assignments	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6, #9
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #4, #7, and #10
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative	Midterm Exam	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #10

assessment	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment		100% (100 Marks)			



Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	الأمن والشبكات: مقدمة في شبكات الحاسوب
Week 2	الأمن والشبكات: أنواع الشبكات ومكوناتها الأساسية
Week 3	الأمن والشبكات: أمن الشبكات والتعريف بالتهديدات الرقمية
Week 4	التجارة الإلكترونية: المفاهيم ونماذج الأعمال الرقمية
Week 5	التجارة الإلكترونية: الخدمات المصرفية الإلكترونية (الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، الصراف الآلي، الرسائل النصية، الدفع الإلكتروني، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول)
Week 6	استكشاف أخطاء الحاسوب: تعريف المشكلات الشائعة في الأجهزة والبرمجيات
Week 7	استكشاف أخطاء الحاسوب: الأدوات والإجراءات الأساسية لمعالجة الأعطال
Week 8	مقدمة في الذكاء الاصطناعي: التعريف، التاريخ، والمجالات
Week 9	مقدمة في الذكاء الاصطناعي: الخصائص، الفوائد، والتحديات
Week 10	دور الذكاء الاصطناعي في الهواتف الذكية: المساعدات الذكية (Siri)، Google Assistant، Alexa
Week 11	دور الذكاء الاصطناعي في الهواتف الذكية: التعلم التكيفي والترجمة الفورية
Week 12	تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي: التعليم، الصحة، والنقل
Week 13	تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي: التسويق، الإعلان، المالية، الروبوتات والأتمتة

Week 14	الذكاء الاصطناعي والمجتمع: الأثر الاجتماعي، التحديات الأخلاقية، الخصوصية، مستقبل الوظائف، الاتجاهات المستقبلية
Week 15	الامتحان النهائي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الأسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	_____
Week 2	_____
Week 3	_____
Week 4	_____
Week 5	_____
Week 6	_____
Week 7	_____

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	Banafa, A. (2024). <i>Introduction to artificial intelligence (AI)</i> (1st ed.). Independently Published	Yes
	Brown, G., & Watson, D. (2020). <i>Cambridge IGCSE information and communication technology</i> (3rd ed.). Cambridge University Press.	
	Evans, A., Martin, K., & Poatsy, M. A. (2020). <i>Technology in action complete</i> (16th ed.). Pearson.	
Recommended Texts	Frye, C., & Lambert, J. (2019). <i>Microsoft Office 2019 step by step</i> . Microsoft Press. القصير جبارة، أ. ع. (2016). <i>الحاسبات والرياضيات</i> .	Yes

	عادل، ع. الغفور. (2005). مدخل إلى عالم الذكاء الاصطناعي.
Websites	

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F - Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
UOM-201	2	3	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	27	48

Description

يهدف هذا المقرر إلى تزويد طلبة إدارة التسويق بالمعرفة الأساسية والمهارات العملية المتعلقة بتقنيات الحاسوب والشبكات والأمن الرقمي، وفهم تطبيقات التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية، بالإضافة إلى إكسابهم مبادئ ومفاهيم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الحديثة في الهواتف الذكية والقطاعات المختلفة. يغطي المقرر موضوعات تتعلق بأمن الشبكات، الخدمات الرقمية، استكشاف أخطاء الحاسوب ومعالجتها، إضافة إلى الاستخدامات التطبيقية للذكاء الاصطناعي في التعليم، الصحة، النقل، التسويق، الإعلان، والتمويل، فضلاً عن مناقشة التأثيرات الاجتماعية والتحديات الأخلاقية المرتبطة بهذه التقنيات. يهدف المقرر كذلك إلى تنمية قدرة الطلبة على توظيف التقنيات الرقمية بفاعلية في بيئات العمل التسويقي، وتعزيز وعيهم تجاه القضايا الأمنية والأخلاقية المرتبطة باستخدام البيانات والتكنولوجيا الحديثة.

الإسكندرية
جامعة المنصورة
مركز الدراسات والبحوث

جامعة المنصورة
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة التسويق

مدرس المادة: سيف خالد زكريا

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اللغة الإنكليزية 2		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input checked="" type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM-201		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	2	Semester of Delivery	
Accounting Department	MAC	College	UOMM
Module Leader	Rafal Mahmood Jasim	e-mail	rafal_mahmood@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assist. Prof.	Module Leader's Qualification	
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name		e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	01/10/2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module مواد ممهدة	لا يوجد	Semester	
Co-requisites module مواد مكملة	لا يوجد	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p>Module Objectives أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none">1- Teaching students about questions and tense revision2- Teaching students about Rights word, wrong word, Social expressions3- Teaching students about Present tenses, have/ have got4- Teaching students about how to express Things I like doing, making conversation5- Teaching students about Past simple and continuous6- Teaching students about the use of Adverbs, Saying when7- Teaching students about Eat, drink, and be merry!8- Teaching students about how to Express quantity, something/ no one.....9- Teaching students about how to use Articles, a piece of....., Can you come dinner?10- Teaching students about Verb patterns and Expressing doubt and certainty11- Teaching students about Phrasal verbs and Synonyms and antonyms12- Teaching students about Expressing doubt and certainty
<p>Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none">1- The student is able to use questions and different tense in everyday situations2- The student is able to use Rights word, wrong word, Social expressions3- The student is able to express Present tenses, have/ have got4- The student is able to express Things I like doing, making conversation5- The student is able to use the Past simple and continuous tense in everyday situation6- The student is able to use Adverbs, Saying when7- The student is able to talk about Eat, drink, and be merry!8- The student is able to Express quantity, something/ no one.....9- The student is able to use Articles, a piece of....., Can you come dinner?10- The student is able to identify Verb patterns and Expressing doubt and certainty11- The student is able to use Phrasal verbs and Synonyms and antonyms12- The student is able to express doubt and certainty
<p>Indicative Contents المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يأتي.</p> <p><u>Part A - Class Lecture</u></p> <p>1- دراسة الازمنة باللغة الانكليزية وكيفية طرح الاسئلة واستخدامها بالشكل الصحيح</p>

- 2- دراسة بعض المفردات اللغوية الانكليزية الخاصة بالتعبير الاجتماعية وكيفية استخدامها بالمحادثات اضافة الى كتابتها املايا بشكل صحيح
- 3- دراسة زمن المضارع البسيط باللغة الانكليزية والصيغ الخاصة به
- 4- دراسة المحادثات المتنوعة وكيفية التعبير عن الرغبة في عمل الأشياء
- 5- دراسة زمن الماضي البسيط والماضي المستمر وصيغه المختلفة
- 6- التعبير باستخدام ظرف الفعل. التعبير عن الطعام والشراب
- 7- دراسة كيفية التعبير عن الكمية، كيفية استخدام ادوات التعريف والتنكير
- 8- دراسة انماط الافعال و الافعال المركبة وكيفية استخدامها
- 9- دراسة زمن المستقبل، كيفية التعبير عن الشك
- 10- دراسة درجات التفضيل والمقارنة، ودراسة المرادفات و المتضادات

Part B - Tutorial

- 1- تمكين الطالب من التعرف على المفردات اللغوية الجديدة واستخدامها بالشكل الامثل
 - 2- استخدام المحادثات والاسئلة والاجوبة المباشرة لتمكين الطالب من الفهم والاستيعاب مع الاجابة بشكل صحيح باللغة الانكليزية
 - 3- قراءة بعض النصوص لتمكين الطالب من الفهم واستيعاب اكبر عدد ممكن من المفردات اللغوية الانكليزية
 - 4- استخدام القراءة الجهرية للنصوص من قبل الطالب من اجل ضبط اللفظ الصحيح للمفردات
 - 5- استخدام الكتابات المباشرة من اجل تمكين الطالب من الكتابة الاملائية الصحيحة وبشكل متقن
 - 6- تمكين الطالب من استخدام المهارات اللغوية (القراءة، الاستماع، الكتابة، التحدث) بمهارة من خلال الانشطة الصفية المختلفة ودمجها بالحياة اليومية
- Total hrs = 60 = SSWL - (Exam hrs) = 60+ 3 = 63 hr (Time table hrs x 15 weeks)

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التواصل اللغوي سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال تطبيق المهارات اللغوية (الاستماع، التحدث، القراءة، الكتابة) التي تتطوي على بعض أنشطة ومشاركة الطلاب في تطبيق هذه الحالات وتحليلها</p>
-------------------	--

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	33	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	4
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	17	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	6
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	50		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment التقييم التكويني	Quizzes	3	20% (15)	4,7,10,13	LO#1, #2, #3, LO #4, #5, LO #6 #7, LO #8 #9
	Online Assignments	1	5% (10)	Continuous	LO #3, #4 and #6, #7
	Onsite Assignments	4	5% (10)	Continuous	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #5, #8 and #9
	Seminar	1	5%(5)	2,12	LO #6, #7, #8, #9
Summative assessment التقييم التلخيصي	Midterm Exam	1hr	10% (10)	7	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	Questions, Tense revision
Week 2	Rights word, wrong word, Social expressions
Week 3	Present tenses, have/ have got
Week 4	Things I like doing, making conversation
Week 5	Past simple and continuous
Week 6	Adverbs, Saying when
Week 7	Eat, drink, and be merry!
Week 8	Expressing quantity, something/ no one.....
Week 9	Articles, a piece of....., Can you come dinner?

Week 10	Verb patterns
Week 11	Future forms
Week 12	Phrasal verbs
Week 13	Expressing doubt and certainty
Week 14	comparative and superlative
Week 15	Synonyms and antonyms
Week 16	Final Exam

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	New Headway Plus / Beginner Student's Boob. For : John and Liz Soars/ Oxford University Press	No
Recommended Texts		

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F - Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

الإستاذ المساعد الدكتور
بشار نازك الغزالي



٢٠١٢
من محمد علي

المرحلة الثانية الكورس الثاني

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information				
معلومات المادة الدراسية				
Module Title	مبادئ المزيج التسويقي		Module Delivery	
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	MMM-24011			
ECTS Credits	5			
SWL (hr/sem)	125			
Module Level	2	Semester of Delivery		4
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE	
Module Leader	Abdulbari abdulmajeed ahmed		e-mail	abdulbary_ahmed@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Lecturer	Module Leader's Qualification	Ph.D	
Module Tutor	N.A		e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	Prof. Dr.Munther Khuder Yaqoob		e-mail	Monther_khuder@uomosul.edu.iq

Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0
------------------------------------	------------	----------------	-----

Relation with other Modules

العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى

Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives أهداف المادة الدراسية	تهدف مادة الترويج والتوزيع إلى تزويد طلبة قسم إدارة التسويق بالمعرفة النظرية والتطبيقية المتعلقة بدور الترويج والتوزيع في العملية التسويقية، وبيان أهميتهما في إيصال القيمة إلى المستهلك وتحقيق الميزة التنافسية للمنظمات. كما تسعى المادة إلى تعريف الطلبة بمكونات المزيج الترويجي المختلفة وأساليب استخدامها في التأثير على سلوك المستهلك، إضافة إلى توضيح مفهوم قنوات التوزيع وكيفية تصميمها وإدارتها بما يتلاءم مع طبيعة الأسواق المستهدفة. وتركز المادة أيضاً على تنمية قدرة الطلبة على التخطيط للأنشطة الترويجية والتوزيعية وربطها بالأهداف التسويقية العامة، مع تعزيز مهارات التحليل واتخاذ القرار في بيئات الأعمال المختلفة.
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"> 1. فهم المفاهيم الأساسية للترويج والتوزيع ودورها في تحقيق الأهداف التسويقية للمنظمات. 2. التعرف على عناصر المزيج الترويجي واستراتيجياته المختلفة. 3. تحليل قنوات التوزيع واختيار القنوات المناسبة للمنتجات والخدمات. 4. ربط الأنشطة الترويجية والتوزيعية بسلوك المستهلك والأسواق المستهدفة. 5. تنمية مهارات التخطيط والتنفيذ والرقابة على البرامج الترويجية والتوزيعية. 6. تطبيق المفاهيم النظرية على حالات عملية في بيئات الأعمال المختلفة.
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	<p>Indicative content includes the following.</p> <p>أولاً: مفاهيم واساسيات التوزيع</p> <ul style="list-style-type: none"> • مفهوم التوزيع وأهميته • قنوات التوزيع: أنواعها وبنيتها • الوسطاء التسويقيون وأدوارهم • تصميم واختيار قنوات التوزيع • إدارة العلاقات مع قنوات التوزيع • تقييم كفاءة وفعالية قنوات التوزيع • إدارة النقل والتخزين

- نظم المعلومات اللوجستية
- خدمة الزبائن ودورها في التوزيع

ثانيا: الترويج

- مفهوم الترويج وأهدافه
- المزيج الترويجي وعناصره
- الإعلان: أنواعه، وسائله، وفعاليتيه
- تنشيط المبيعات وأدواته
- البيع الشخصي وإدارة قوة البيع
- العلاقات العامة وبناء الصورة الذهنية
- التسويق المباشر والتسويق الرقمي
- وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج
- تخطيط الحملات الترويجية وتقييم أدائها

ثالثا: الاتجاهات الحديثة

- التكامل بين الترويج والتوزيع
- التجارة الإلكترونية وقنوات التوزيع الرقمية
- الترويج عبر المنصات الإلكترونية
- التسويق المتكامل والاتصال التسويقي المتكامل (IMC)

امتحان نهاية الكورس الثاني

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهتم الطلاب.
-------------------	---

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	78	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Unstructured SWL (h/sem)	47	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7

الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل				
Total SWL (h/sem)		175		
الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل				
Module Evaluation تقييم المادة الدراسية				
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13
	On line Assignments	2	5% (5)	2 and 12
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13
	Report	1	5% (5)	13
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	7, 15
	Final Exam	3hr	50% (50)	16
Total assessment			100% (100 Marks)	

Delivery Plan (Weekly Syllabus) المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	التعرف على مفهوم المزيج التسويقي
Week 2	مفهوم التوزيع واهمية واهداف التوزيع
Week 3	التعرف على أنواع قنوات التوزيع
Week 4	الوسطاء التسويقيون وأدوارهم

Week 5	تصميم واختيار قنوات التوزيع
Week 6	إدارة العلاقات مع قنوات التوزيع وتقييم كفاءة وفعالية قنوات التوزيع
Week 7	امتحان 1
Week 8	مفهوم واهمية واهداف الترويج
Week 9	المزيج الترويجي وعناصره
Week 10	التعرف على العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في الترويج
Week 11	الإعلان التقليدي والالكتروني: أنواعه، وسائله، وفعالته
Week 12	التسويق المباشر والتسويق الرقمي
Week 13	وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج
Week 14	التعرف على المعوقات التي تواجه المنظمات في عملية الترويج
Week 15	امتحان 2

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	_____

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	<p>4. كتاب إدارة التوزيع / علي فلاح الزغبى، 2019</p> <p>2. بحوث ومقالات عن الاساسيات التوزيع</p> <p>5. كتاب الترويج والاعلان ، 2015 / سمير عبدالرزاق وقحطان بدر العبدلي</p> <p>6. بحوث ومقالات عن الترويج</p>	Yes

Recommended Texts	1. Kotler Philip, Armstrong Gary, Harris Lloyd C., Piercy Nigel, Y, 2017 Principles of Marketing, 7th European Edition, Pearson Education,. 2. Foreign research and articles on distribution and promotion	Yes
Websites		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F - Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
<p>Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.</p>				

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-24011	مبادئ المزيج التسويقي	5	4
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	78	47
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم المزيج التسويقي ، وعناصر المزيج التسويقي، وكذلك التعرف على كيفية تطوير وإدارة عملية التوزيع والترويج ، والتعرف على قنوات التوزيع وعناصر الترويج ، وأيضا معرفة مفاهيم التوزيع والترويج واهدافهم وماهي قنوات التوزيع والعوامل المؤثرة فيه ، واكتساب مهارات تحليل السوق لاتخاذ قرارات فعالة بشأن التوزيع والترويج.</p>			



MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-24012		
ECTS Credits	8		
SWL (hr/sem)	200		
Module Level	2	Semester of Delivery	4
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Name: M.M. Yasser Mohamed Ibrahim	e-mail	Yasser.ibraheem@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Assist. Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	N. A	e-mail	E-mail

Scientific Committee Approval Date	1/2/2026	Version Number	1.0
------------------------------------	----------	----------------	-----

Relation with other Modules

العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى

Prerequisite module	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	



Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives أهداف المادة الدراسية	<p>1. تحديد المفاهيم الأساسية لإدارة العلامة التجارية والمكان الذهنية.</p> <p>2. فهم كيفية تصميم وتنفيذ استراتيجيات إدارة العلامة التجارية والمكان الذهنية.</p> <p>3. تطوير مهارات التفكير الإبداعي والابتكاري في إدارة العلامة التجارية والمكان الذهنية.</p> <p>هذه الأهداف تزود الطالب بفهم عميق لإدارة - العلامة التجارية والمكان الذهنية، وتطوير مهاراتهم في تحليل وتقييم وتصميم استراتيجيات إدارة العلامة التجارية والمكان الذهنية</p>
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<p>هام: اكتب على الأقل 6 نتائج تعلم، ويفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة.</p> <p>1. التعرف على أهم موضوعات العلامة التجارية والتي تعد من أهم المواضيع إدارة التسويق .</p> <p>2. تأهيل الطلبة وتهيئتهم لمواضيع متقدمة في مادة العلامة التجارية في سنوات دراسية لاحقة.</p> <p>3. العروض التقديمية PowerPoint</p> <p>4. المحاضرات الفيديوية</p> <p>5. استخدام المنصات الرقمية (meet, clasroom)</p> <p>6. مناقشة تأثير العلامة التجارية والمكانة الذهنية بموضوعاتها التي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر</p>

	<p>على اعمال المنظمة وانشطتها.</p> <p>7. التعرف على اهم وظائف العلامة التجارية والمكانة الذهنية .</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>Indicative content includes the following.</p> <p>اساسيات العلامة التجارية والمكانة الذهنية تركز اساسيات العلامة التجارية على المفردات الآتية:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. الهوية الواضحة للعلامة التجارية: تشمل الاسم الشعار الألوان، والقيم التي تميز العلامة عن المنافسين. 2. القيمة المقترحة: (Value Proposition) الفائدة الأساسية التي تقدمها العلامة للعميل ولماذا يختارها دون غيرها. 3. الاتساق في الرسائل والتجربة توحيد أسلوب التواصل وتجربة العميل عبر جميع نقاط الاتصال. 4. الصورة الذهنية لدى المستهلك الانطباع والإدراك المتكوّن في عقل العميل حول العلامة. 5. التميّز التنافسي عنصر فريد يجعل العلامة تحتل مكانة ذهنية مميزة ومستقرة في السوق.

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

<p>Strategies</p>	<p>استراتيجيات التعليم والتعلم للعلامة التجارية والمكانة الذهنية</p> <p>تعتمد استراتيجيات التعليم والتعلم للعلامة التجارية على توعية المتعلمين بمفهوم الهوية والقيمة المقترحة للعلامة واستخدام المنصات الرقمية والمحاضرات الفديوية .</p> <p>يتم استخدام دراسات الحالة والأمثلة الواقعية لتعزيز فهم المكانة الذهنية في أذهان المستهلكين.</p> <p>يسهم التعلم التفاعلي والمشاريع التطبيقية في ربط الجانب النظري بالممارسة العملية.</p> <p>كما يساعد النقاش وتحليل سلوك المستهلك في ترسيخ إدراك العلامة وبناء صورة ذهنية واضحة.</p>
--------------------------	---



Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	137	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Total SWL (h/sem)			

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (10)	4 and 13	LO #1, #2 and #6, #7
	Assignments	2	10% (10)	2 and 12	LO #3, #4 and #6, #7
	Projects / Lab.	1	10% (10)	Continuous	All
	Report	1	10% (10)	13	LO #5, #6 and #7
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	10% (10)	8	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	مفهوم العلامة التجارية
Week 2	مفهوم العلامات التجارية الجديدة وأهميتها
Week 3	خطوات بناء العلامة التجارية القوية وخصائصها
Week 4	مراحل تطوير العلامات التجارية واستراتيجياتها

Week 5	معايير اختيار عناصر العلامة التجارية
Week 6	قيمة العلامة التجارية وقياس قيمة العلامة التجارية
Week 7	الاختبار الاول
Week 8	المزايا التسويقية للعلامات التجارية القوية
Week 9	الوعي بالعلامة التجارية والولاء لها
Week 10	مفهوم المكانة الذهنية واهميتها
Week 11	أنواع المكانة الذهنية
Week 12	استراتيجيات المكانة الذهنية
Week 13	خصائص وسمات المكانة الذهنية
Week 14	العوامل المؤثرة في اعداد استراتيجية المكانة الذهنية
Week 15	الاختبار الثاني

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها المجالات العلمية كتاب إدارة العلامة التجارية، الدكتور محمد الخضر	Yes
Recommended Texts	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت التقارير	Yes
Websites		

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
--	------------------

Week 1	_____
--------	-------

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-24012	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	8	4
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

3	1	63	137
Description			
<p>يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية لإدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية. وفهم كيفية تصميم وتنفيذ استراتيجيات إدارة العلامة التجارية والمكان الذهنية. وتطوير مهارات التفكير الإبداعي والابتكاري في إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية. وتطوير مهارات الطلبة في تحليل وتقييم وتصميم استراتيجيات إدارة العلامة التجارية والمكان الذهنية.</p>			



الاستاذ المساعد الدكتور
يشار زكريا التومجيا

٢٠٢٣
ياسر محمد



نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	أنظمة معلومات تسويقية		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-24013		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	175		
Module Level	2	Semester of Delivery	
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Name: Shayma Nathim Hamdoon	e-mail	Shaima_nazem@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	N. A	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval	1/2/2026	Version Number	1.0

Date			
------	--	--	--

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	None
Co-requisites module	None	Semester	None

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents	
أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية	
Module Objectives أهداف المادة الدراسية	1- تعريف الطالب بماهية ومفهوم نظم المعلومات التسويقية في مجال المنتجات. 2- تعليم الطالب كيف يمكن ان يحدد طبيعة انظمة المعلومات التسويقية . 3- التعرف على مكونات نظام المعلومات التسويقية. 4- التعرف على البيانات التي خضعت للمعالجة والتحليل والتفسير. 5- التعرف على مصادر وانواع المعلومات. 6- التعرف على علاقة البيئة التسويقية بنظام المعلومات التسويقية
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	أ- المعرفة والفهم 1- المفاهيم الاساسية لانظمة المعلومات التسويقية. 2-اطلاع الطالب على الانظمة الفرعية لنظام المعلومات التسويقية. 3- دور الانظمة الفرعية في تحقيق اهداف المنظمة في البقاء والنمو. 4- اعتماد مجموعة من طرق التعليم لتحقيق ذلك من خلال 1- طريقة التعلم التعاوني من خلال إجابة الطلاب على استفسارات التدريسي وزملائهم الطلبة. 2- طريقة المناقشة. 3- طريقة الواجبات اليومية. 5-تدريب الطلبة على جمع البيانات والمعلومات عن المنتجات من السوق. 7- تدريب الطلبة على كيفية تحليل وتفسير البيانات.

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	5
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	127	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	175		
	يسهم التعلم التفاعلي والمشاريع التطبيقية في ربط الجانب النظري بالممارسة العملية. كما يساعد النقاش وتحليل سلوك المستهلك في ترسيخ إدراك العلامة وبناء صورة ذهنية واضحة.		
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	<u>اساسيات أنظمة المعلومات التسويقية</u> تركز اساسيات أنظمة المعلومات التسويقية على المفردات الآتية: 1. التعريف بمفهوم المعلومات والبيانات 2. التعريف بمفهوم أنظمة المعلومات التسويقية. 3. التعريف بمصادر وانواع المعلومات. 4. التعريف بمكونات نظم المعلومات التسويقية 5. تدريب الطلبة على تحليل وتفسير البيانات والمعلومات السوقية.		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (10)	4 and 13	LO #1, #2 and #6, #7
	Assignments	2	10% (10)	2 and 12	LO #3, #4 and #6, #7
	Projects / Lab.	1	10% (10)	Continuous	All
	Report	1	10% (10)	13	LO #5, #6 and #7
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	10% (10)	8	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	مفهوم أنظمة المعلومات التسويقية
Week 2	اهداف انظمة المعلومات التسويقية
Week 3	انواع المعلومات التسويقية
Week 4	اسباب حاجة المنظمات الى انظمة المعلومات التسويقية
Week 5	مجالات استخدام المعلومات التسويقية
Week 6	البيئة التسويقية
Week 7	الاختبار الاول
Week 8	مصادر نظام المعلومات التسويقية
Week 9	مكونات نظام المعلومات التسويقية وخصائصه
Week 10	آليات انظمة المعلومات التسويقية
Week 11	متطلبات نظام المعلومات التسويقية وشروط نجاحه

Week 12	نماذج نظم المعلومات التسويقية (نظام سجلات ونظام تقارير داخلية و نظم دعم القرار DSS ونظام بحوث التسويق)
Week 13	نظام الاستخبارات التسويقية
Week 14	علاقة البيئة التسويقية بنظام المعلومات التسويقية
Week 15	الاختبار الثاني

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	البكري، ثامر ياسر، 2015، نظام المعلومات التسويقية واثره في اتخاذ القرار الاستراتيجي	Yes
Recommended Texts	مجموعة رسائل واطاريج وبحوث علمية	Yes
Websites	WWW.AMAZON.COM	

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	—

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A – Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D – Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings

ECTS Credits	6		<input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
SWL (hr/sem)	150			
Module Level	2	Semester of Delivery	4	
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE	
Module Leader	Mustafa Faisal Saeed Ali Saad Aaid		e-mail	
Module Leader's Acad. Title	Lecturer	Module Leader's Qualification	MSc.	
Module Tutor	Najdat Mustafa Musaib		e-mail	najdat.almehrab@uomosul.edu.iq
Peer Reviewer Name		e-mail		
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0	

Relation with other Modules

العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى

Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	



Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives	أهداف المادة الدراسية
	11. تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول الى

	<p>الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية</p> <p>12. تعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية والغير معلمية</p>
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>26. ماهية السمبلكس الثنائي</p> <p>27. طرق الحل بأسلوب m</p> <p>28. التحليل الحساس والتغير في معاملات الاساس</p> <p>5. التحليل الحساس والتغير في معاملات الجانب الايمن</p> <p>6. التعرف على كيفية إيجاد المجموعة الصفرية</p> <p>7. الحل الأمثل باستخدام نظرية المباراة</p> <p>8. طرق الحل باقل كلفة وطريقة فوجل</p> <p>9. الاحصاء الوصفي</p> <p>10. البيانات الاسمية والرتبية</p> <p>11. البيانات الكمية</p> <p>12. الرسوم البيانية</p> <p>13. الخط البياني</p> <p>14. الارتباط البسيط</p> <p>15. مواضيع متقدمة في تحليل الاستبيانات</p>
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p><u>السمبلكس الثنائي</u></p> <p><u>أسلوب m</u></p> <p><u>التحليل الحساس</u></p> <p><u>الحل المثل باستخدام نظرية المباراة وطريقة فوجل</u></p> <p><u>الإحصاء الصفي</u></p> <p><u>البيانات الاسمية والرتبية</u></p> <p><u>الارتباط</u></p>
<p>Learning and Teaching Strategies</p> <p>استراتيجيات التعلم والتعليم</p>	
<p>Strategies</p>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت</p>

نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهتم الطلاب.

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	87	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	7
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	150		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	On line Assignments	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #4,and #7
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All

Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	ماهية السمبلكس الثنائي
Week 2	طرق الحل بأسلوب m
Week 3	التحليل الحساس والتغير في معاملات الاساس
Week 4	التحليل الحساس والتغير في معاملات الجانب الايمن
Week 5	التعرف على كيفية إيجاد المجموعة الصفرية
Week 6	طرق الحل باقل كلفة وطريقة فوجل
Week 7	امتحان 1
Week 8	الاحصاء الوصفي
Week 9	البيانات الاسمية والرتبية
Week 10	البيانات الكمية
Week 11	الرسوم البيانية
Week 12	الخط البياني
Week 13	الارتباط البسيط
Week 14	مواضيع متقدمة في تحليل الاستبيانات

Week 15	امتحان 2
---------	----------

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	الاحصاء الوصفي
Week 2	البيانات الاسمية والرتبية
Week 3	البيانات الكمية
Week 4	الرسوم البيانية
Week 5	الخط البياني
Week 6	الارتباط البسيط
Week 7	مواضيع متقدمة في تحليل الاستبيانات

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	بحوث العمليات – دلال صادق الجواد ، حمي ناصر القتال 2008 الأساليب الكمية في التسويق – محمود الصميدعي ، ردينة عثمان التحليل الاحصائي للاستبيانات بأستخدام برنامج IBM SPSS Statistic غيث البحر و د. معن التنجي	Yes
Recommended Texts	محاضرات من الانترنت عن الأساليب الكمية	Yes
Websites		

Grading Scheme
مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F - Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-24014	اساسيات أساليب كمية وتطبيقات spss	6	4
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	87
Description			
<p>تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول الى الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية وتعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية والغير معلمية</p>			



Handwritten signature of the responsible official.

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

<p>Module Information معلومات المادة الدراسية</p>
--

Module Title	جرائم نظام البعث في العراق		Module Delivery	
Module Type	Support		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	UOM-2010			
ECTS Credits	2			
SWL (hr/sem)	50			
Module Level	2	Semester of Delivery	4	
Administering Department	MAC	College	Type College Code	
Module Leader	زبيدة معن الصائغ	e-mail		
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد	Module Leader's Qualification	ماجستير قانون	
Module Tutor		e-mail	zubayda.maan@uomosul.edu.iq	
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail	
Scientific Committee Approval Date	2027/2/1	Version Number	1.0	

Relation with other Modules

العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى

Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

Module Objectives	<p>أهداف المادة الدراسية</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. معرفة الطالب بحقوق الانسان. 2. معرفة الطالب بانتهاكات حقوق وحریات الفرد. 3. ان يتعلم الطالب مبادئ الديمقراطية، وحرية التعبير. 4. معرفة الطالب بالجرائم التي يتم انتهاكها من قبل الدول الاستبدادية والدكتاتورية. 5. ان يتعلم الطالب مفهوم العدالة. 6. ان يتعلم الطالب تأثير الدول الاستبدادية على واقع الفرد والحياة. 7. ان يتعلم الطالب الابتعاد عن الطائفية والعنصرية.
-------------------	---

Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	1. الام الطالب بالديمقراطية والحريات العامة.. 2. الام الطالب بالتفريق بين الدول الديمقراطية والاستبدادية. 3. الام الطالب بالأنظمة العراقية التي حكمت العراق من 1921- 2003. 4. الام الطالب بالانتهاكات التي تم ارتكابها سابقا. 5. الام الطالب بان سلوكيات الدول المستبدة ذات تأثير سي على بلدها اقتصاديا واجتماعيا. 6. الام الطالب بالتأثير السي للحروب على بيئة العراق الزراعية والحيوانية.
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	1- دراسة حقوق وحريات الانسان. 2--دراسة انتهاكات حقوق الانسان باعتبارها جرائم. 3- دراسة التمييز بين أنواع الدول. 5- دراسة تأثير احتكار الطبقات الحاكمة للوظائف المهمة. 6- دراسة مبدا الفصل بين السلطات. 7- دراسة نبذة وصفية عن الأنظمة السياسية في العراق من 1921- 2003.

Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

Strategies	الاستراتيجية الرئيسة التي سيتم تبنيها في تقديم هذه الوحدة هي تمكين الطالب من فهم مادة جرائم حزب البعث بعدها جرائم تنتهك حقوق الفرد الاصلية والمكتسبة التي نص عليها الدستور العراقي والشرعة الدولية المتعاقد عليها في الاتفاقيات الدولية، فضلا عن شرح الفرق بين الدول الديمقراطية والدول الاستبدادية وأنظمة حكمهما وتأثير ذلك على تقدم البلد اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا واحتكار الطبقات الحاكمة للوظائف المهمة في البلاد، فضلا عن التأثير السي للحروب على وضع البلاد بيئيا وزراعيا وحيوانيا.
-------------------	---

Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطالب محسوب ل ١٥ اسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	33	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	4
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	17	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	6
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	50		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	3	15% (15)	5 and 10	LO #1, #2 and #10, #11
	Assignments	3	15% (15)	2 and 12	LO #3, #4 and #6, #7
	Projects				
	Report	1	10% (10)	13	LO #5, #8 and #10
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	10% (10)	7	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	مفهوم حقوق الانسان
Week 2	انتهاكات الحقوق والحريات
Week 3	نبذة وصفية عن الأنظمة الحاكمة في العراق من 1921 الى بعد 2003
Week 4	انتهاكات النظام البعثي لحقوق وحريات الافراد
Week 5	اثر سلوكيات النظام البعثي على المجتمع
Week 6	إثر المرحلة الانتقالية في محاربة السياسة الاستبدادية
Week 7	اثر الانتهاكات على المجتمع
Week 8	الميدان النفسي
Week 9	الميدان الاجتماعي
Week 10	الدين والدولة
Week 11	اثر القمع والحروب على البيئة والسكان
Week 12	استعمال الأسلحة المحرمة دوليا

Week 13	سياسة الارض المحروقة
Week 14	تجفيف الاهوار والهجرة القسرية
Week 15	تدمير البيئة الزراعية والحيوانية والتلوث الاشعاعي
Week 16	المقابر الجماعية وقصف دور العبادة

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	جرائم حزب البعث – منهج دراسي لطلبة المرحلة الاولى في الجامعات العراقية.	no
Recommended Texts		No
Websites		

Grading Scheme

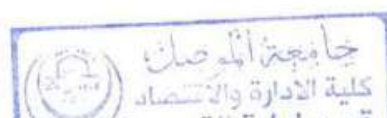
مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded

(0 – 49)	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
UOM- 2010	جرائم نظام البعث في العراق	2	4
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	33	17
Description			
يركز هذا المقرر على اثنين من العناصر الأساسية الاتية: معرفة الطالب بحقوق الانسان. ومعرفة الطالب بانتهاكات حقوق وحريات الفرد. وان يتعلم الطالب مبادئ الديمقراطية، وحرية التعبير. ومعرفة الطالب بالجرائم التي يتم انتهاكها من قبل الدول الاستبدادية والدكتاتورية. وان يتعلم الطالب مفهوم العدالة. وان يتعلم الطالب تأثير الدول الاستبدادية على واقع الفرد والحياة وان يتعلم الطالب الابتعاد عن الطائفية والعنصرية.			



الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاك التويجي

أ.م.د. اوعوز فزيق صيد

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اللغة العربية 2		Module Delivery
Module Type	Basic		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM-1012		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	2	Semester of Delivery	
Administering Department	Type Dept. Code	College	Type College Code
Module Leader	م.م.نور احمد حازم	e-mail	
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد	Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Name (if available)	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	م.م.نور احمد حازم	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	2026-2027	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents	
أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية	
Module Objectives أهداف المادة الدراسية	1- التعرف على مفهوم الأفعال وانواعها 2- التعرف على أنواع الجمل الاسمية والفعلية 3- التعرف على الالف الممدودة والالف المقصورة 4- تدريب الطلبة على كيفية الاستفادة من اللغة العربية بشكل إيجابي لتحقيق الأهداف 5- التعرف على الأخطاء الشائعة 6- التعرف على لغة الكتب الإدارية 7- التعرف على طريقة كتابة الخطاب الإداري 8- التفريق بين النون والتنوين والالف الفارقة 9- التفريق بين الضاد والطاء
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	تتمثل مخرجات التعلم المطلوبة الآتي: 1. ان يفهم الطالب القواعد النحوية والصرفية. 2. ان يكون لدى الطالب معرفة في أبرز انواع الافعال والجملة وكيفية التفريق بينها. 3. ان يكون لدى الطالب القدرة على الربط بين النص وطريقة كتابة التقارير وبخاصة في اختصاص ادارة الاعمال. 4. الشرح عن طريق التدريسي وبشكل تفصيلي لكل موضوع من الموضوعات المحددة في المنهج. 5. الطريقة الاستقرائية. 6. الحوار والمناقشة.

Indicative Contents المحتويات الإرشادية	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي.</p> <p>1- ان يفهم الطالب القواعد النحوية والصرفية.</p> <p>2- ان يكون لدى الطالب المعرفة في أبرز أنواع الجمل والافعال والتفريق بينها.</p> <p>3- إمكانية الربط بين طريقة كتابة النص والتقارير ومدى افادتها في تخصص الإدارة والاقتصاد.</p> <p>4- التعلم في كيفية الحوار والمناقشة والاهتمام بجوانب الأخطاء اللغوية الشائعة.</p> <p>5- التركيز على مهارات التحليل من خلال التركيز تحليل النصوص اللغوية من أخطاء نحوية أو لغوية .</p> <p>6- التركيز على مهارات تتعلق بكيفية توظيف اللغة العربية في العمل.</p> <p>7- التركيز على أهمية الكتاب الإدارية ومراعاة الأخطاء اللغوية الشائعة فيها.</p> <p>8- التفريق بين الالف الممدودة والالف المقصورة.</p> <p>9- التفريق بين الأخطاء الحاصلة بين الضاد والطاء والدلالة اللغوية لهما.</p> <p>10- مراعاة التفريق بين همزة القطع وهمزة الوصل.</p> <p>11- قاعدة الالف الفارقة والنون والتتوين والتطرق الى الجوانب الشكلية للكتب الإدارية واللغة المستخدمة فيها .</p>
---	--

Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اعتمادها في تقديم هذه المادة هي تشجيع مشاركة الطلاب في اعداد الواجبات والمناقشات الصفية، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية وعرض بعض الحالات الدراسية البسيطة التي تتضمن بعض والشروحات النظرية للمادة.</p>

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	33	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	2
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	17	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	1
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	50		

Module Evaluation تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (10)	5-11	LO #1-#2-#3-#4
	Online Assignments	2	10% (10)	7-12	LO #1-#2-#3-#4
	Onsite Assignments	2	10% (20)	6-13	LO #1-#2-#3-#4-#5
	Report	1	10% (10)	14	LO #1-#2-#3-#4-#5-#6
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	8	LO #1-#2
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)		المواد المغطاة
المنهاج الاسبوعي النظري		Material Covered
Week 1		مفهوم الأخطاء اللغوية
Week 2		قواعد كتابة التاء المربوطة والتاء المفتوحة
Week 3		الألف الممدودة
Week 4		الألف المقصورة
Week 5		الحروف الشمسية والقمرية
Week 6		الضاد والظاء
Week 7		همزة القطع
Week 8		همزة الوصل
Week 9		تطبيقات اللغوية للأخطاء الشائعة
Week 10		تطبيقات إدارية للأخطاء الشائعة
Week 11		معاني حروف الجر
Week 12		ألف التفریق
Week 13		قاعدة النون والتنوين
Week 14		الجوانب الشكلية للخطاب الإداري
Week 15		لغة الخطاب الإداري
Week 16	Preparatory week before the final Exam	أسبوع تحضيري قبل الامتحان النهائي



Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts النصوص المطلوبة	<ul style="list-style-type: none"> ابو عبدالرحمن، الخليل ابن احمد الفراهيدي (1995)، الجمل في النحو، عالم الكتب، بيروت. ابو الفتح، عثمان بن جني الموصلي، اللمع في العربية لابن جني، دار الكتب الثقافية، الكويت. 	
Recommended Texts النصوص الموصى بها	<ul style="list-style-type: none"> ابو عبدالرحمن، الخليل ابن احمد الفراهيدي (1995)، الجمل في النحو، عالم الكتب، بيروت. ابو الفتح، عثمان بن جني الموصلي، اللمع في العربية لابن جني، دار الكتب الثقافية، الكويت. 	
Websites المواقع الإلكترونية		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded

(0 – 49)	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
----------	----------	------	--------	--------------------------------------

Note: Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-1012	اللغة العربية 2	2	4
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	33	17
Description			
<p>يهدف هذا المقرر إلى تعرف الطالب على مفهوم الأفعال وانواعها. والتعرف على أنواع الجمل الاسمية والفعلية. والتعرف على الالف الممدودة والالف المقصورة وتدريب الطلبة على كيفية الاستفادة من اللغة العربية بشكل إيجابي لتحقيق الأهداف. والتعرف على الأخطاء الشائعة. والتعرف على لغة الكتب الإدارية. والتعرف على طريقة كتابة الخطاب الإداري. والتفريق بين النون والتنوين والالف الفارقة. والتفريق بين الضاد والطاء.</p>			



الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويجي

3.3 نورا محمد صالح