



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

دليل وصف البرنامج الأكاديمي
والمقرر الدراسي لبرنامج البكالوريوس
لقسم إدارة التسويق (مسار بولونيا)

٢٠٢٦ / ٢٠٢٥

المقدمة:

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

يقدم وصف البرنامج الأكاديمي ملخص موجز للسمات الرئيسية للبرنامج ومقرراته وفق مسار بولونيا مبيناً المهارات التي يتم العمل على اكسابها للطلبة مبنية على وفق اهداف البرنامج الأكاديمي وتتجلى أهمية هذا الوصف لكونه يمثل الحجر الأساس في الحصول على الاعتماد البرامجي ويشترك في كتابته الملاكات التدريسية بإشراف اللجان العلمية في الأقسام العلمية. ويتضمن هذا الدليل بنسخته الثالثة وصفاً للبرنامج الأكاديمي بعد تحديث مفردات وفقرات الدليل السابق في ضوء مستجدات وتطورات النظام التعليمي في العراق والذي تضمن وصف البرنامج الأكاديمي لمسار بولونيا لقسم إدارة التسويق وفق متطلبات ورؤية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية في تحديث مناهج كليات الإدارة والاقتصاد وفق المناهج والمسارات العالمية.

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

مفاهيم ومصطلحات لنظام الكورسات

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

وصف المقرر: يوفر إيجازاً مقتضباً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهنماً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ويكون مشتق من وصف البرنامج. **رؤية البرنامج:** صورة طموحة لمستقبل البرنامج الأكاديمي ليكون برنامجاً متطوراً وملهماً ومحفزاً وواقعياً وقابلاً للتطبيق.

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

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

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

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

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

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي (مسار بولونيا)

اسم الجامعة: جامعة الموصل

الكلية/ المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي او المهني: بكالوريوس إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس في إدارة التسويق

النظام الدراسي: (مسار بولونيا)

تاريخ اعداد الوصف: ٢٠٢٥/٥/٢٠

تاريخ ملء الملف: ٢٠٢٥/٥/٢٠

التوقيع :

رئيس القسم: أ.م.د. بشار ذاکر صالح القوطجي

التاريخ : ٢٠٢٦/٢/

التوقيع :

المعاون العلمي: أ.م.د. سالم خليل خالد

التاريخ : ٢٠٢٦/٢/

دقق الملف من قبل شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م. زيد خليل ابراهيم

التاريخ : ٢٠٢٦/٢/

التوقيع

مصادقة السيد العميد

١. رؤية البرنامج

الريادة والتميز في التعليم والبحث العلمي في مجال إدارة التسويق، بما يسهم في إعداد كوادر تسويقية قادرة على تلبية متطلبات السوق المتغيرة وتحقيق التنمية المستدامة على المستويين المحلي والعالمي.

٢. رسالة البرنامج

إعداد كوادر تسويقية متميزة علمياً ومهنيًا، من خلال برامج أكاديمية حديثة تواكب التطورات المعرفية والتكنولوجية، ودعم البحث العلمي التطبيقي الذي يسهم في معالجة مشكلات المجتمع وتعزيز تنافسية سوق العمل، في إطار الالتزام بالقيم الأخلاقية والمسؤولية المهنية.

٣. أهداف البرنامج

١. إعداد خريجين يمتلكون كفاءات تسويقية متقدمة قادرة على تحليل الأسواق، وفهم سلوك المستهلك، واتخاذ قرارات تسويقية قائمة على البيانات والمعرفة.
٢. تطوير المحتوى التعليمي والمقررات الدراسية بما يواكب التحولات الرقمية والاتجاهات الحديثة في الفكر والممارسة التسويقية، وبما ينسجم مع المعايير الأكاديمية الوطنية والدولية.
٣. تعزيز البحث العلمي النوعي في مجال التسويق وتشجيع الدراسات التطبيقية التي تعالج تحديات السوق وتدعم صنع القرار في المنظمات.
٤. تنمية المهارات التحليلية والنقدية لدى الطلبة لتمكينهم من تقييم الاستراتيجيات التسويقية وتوظيف النماذج والأساليب الحديثة بكفاءة.
٥. دعم التعلم القائم على التطبيق والممارسة العملية من خلال دراسات الحالة، والمشاريع التطبيقية، والتدريب الميداني بالتعاون مع مؤسسات الأعمال.
٦. إعداد الطلبة للاندماج الفاعل في سوق العمل محليًا وإقليميًا وعالميًا، وتعزيز جاهزيتهم المهنية والتنافسية الوظيفية.
٧. ترسيخ مبادئ الابتكار والتفكير الريادي في الحلول التسويقية، وتحفيز الطلبة على تطوير أفكار ومشاريع تسويقية إبداعية.
٨. تعزيز الوعي بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في الأنشطة التسويقية، وتشجيع الممارسات التي تحقق قيمة مستدامة للمجتمع والمنظمات.

٤. الاعتماد البرامجي

المعايير الوطنية لاعتماد برامج كليات الإدارة والاقتصاد في العراق

٥. المؤثرات الخارجية الأخرى

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

٦. هيكلية البرنامج

ملاحظات *	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	١٠,٥	١٤	٨	متطلبات جامعة
	٨٨	١١٧	٤٣	متطلبات القسم
	١,٥	٢	١	التدريب الصيفي
				أخرى

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

٧. وصف البرنامج

Level	Semester	No.	Module Code	اسم المادة الدراسية	Language	SSWL (hr/w)	Exam hr/sem	
						CL (hr/w)		
UGI	One	1	MMM1101	مبادئ إدارة الأعمال	Arabic	3	3	
		2	MMM1102	مبادئ إدارة التسويق	Arabic	4	3	
		3	MMM1103	مبادئ محاسبة	Arabic	3	3	
		4	MMM1104	مبادئ الاقتصاد	Arabic	3	3	
		5	UOM1041	حقوق انسان و ديمقراطية	Arabic	2	3	
		6	UOM1011	اللغة العربية	Arabic	2	3	
					Total		17	18
	Two		1	MMM1205	اساسيات الإدارة	Arabic	3	3
			2	MMM1206	اساسيات إدارة التسويق	Arabic	4	3
			3	MMM1207	مبادئ الإحصاء	Arabic	2	3
			4	MMM1208	تسويق الاقتصاديات الخضراء	Arabic	3	3
			5	UOM1031	الحاسوب	Arabic	1	3

		6	UOM1021	اللغة الانكليزية	English	2	3
					Total	15	18
Level	Semester	No.	Module Code	اسم المادة الدراسية	Language	SSWL (hr/w)	Exam hr/sem
						CL (hr/w)	
UGII	Three	1	MMM-2307	تسويق خدمات	Arabic	3	3
		2	MMM-2308	إمدادات التسويق	Arabic	3	3
		3	MMM-2309	المنتج	Arabic	3	3
		4	MMM-23010	التسعير	Arabic	3	3
		5	MMM-23011	الادارة الإستراتيجية	Arabic	2	3
		6	MMM-23012	أساليب كمية في التسويق	Arabic	3	3
		7	UOM- 201	الحاسوب والذكاء الاصطناعي	Arabic	1	3
		8	UOM- 201	اللغة العربية	Arabic	2	3
						Total	20
		Semester	No.	Module Code	اسم المادة الدراسية	Language	SSWL (hr/w)
						CL (hr/w)	
UGII	Four	1	MMM-24013	التوزيع	Arabic	3	3
		2	MMM-24014	الترويج	Arabic	3	3
		3	MMM-24015	ادارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	Arabic	3	3
		4	MMM-24016	أنظمة معلومات تسويقية	Arabic	2	3
		5	MMM-24017	إدارة التفاوض	Arabic	2	3
		6	UOM- 201	جرائم نظام البعث في العراق	Arabic	2	3
		7	UOM- 201	اللغة الانكليزية	English	2	3
					Total	17	21
Level	Semester	No.	Module Code	اسم المادة الدراسية	Language	SSWL (hr/w)	Exam hr/sem
						CL (hr/w)	
UGIII	Five	1	MMM-35018	التسويق العالمي	Arabic	3	3
		2	MMM-35019	قواعد البيانات التسويقية	Arabic	3	3
		3	MMM-35020	سلوك مستهلك	Arabic	3	3
		4	MMM-35021	ادارة المخاطر التسويقية	Arabic	3	3
		5	MMM-35022	إدارة المبيعات	Arabic	2	3
		6	MMM-35023	اختيارية (إدارة الأداء التسويقي، إدارة المنظمات التسويقية، المراسلات التسويقية)	Arabic	2	3
					Total	16	18
	Semester	No.	Module Code	اسم المادة الدراسية	Language	SSWL (hr/w)	Exam hr/sem
						CL (hr/w)	

	Six	1	MMM-36024	بحوث تسويق	Arabic	3	3	
		2	MMM-36025	ادارة المعرفة التسويقية	Arabic	3	3	
		3	MMM-36026	تصميم المواقع التسويقية	Arabic	1	3	
		4	MMM-36027	ادارة الجودة التسويقية	Arabic	3	3	
		5	MMM-36028	الاستراتيجيات التسويقية	Arabic	3	3	
		6	MMM-36029	مناهج البحث العلمي	Arabic	2	3	
						Total	15	18
Level	Semester	No.	Module Code	اسم المادة الدراسية	Language	SSWL (hr/w)	Exam hr/sem	
UGIV	Seven	1	MMM-47030	ادارة علاقات الزبائن	Arabic	3	3	
		2	MMM-47031	دراسات تسويقية معاصرة	Arabic	3	3	
		3	MMM-47032	تقنيات تسويقية	Arabic	1	3	
		4	MMM-47033	التسويق الزراعي	Arabic	3	3	
		5	MMM-47034	التسويق الدوائي	Arabic	3	3	
		6	MMM-47035	التسويق السيبراني	Arabic	3	3	
						Total	16	18
		Semester	No.	Module Code	اسم المادة الدراسية	Language	SSWL (hr/w)	Exam hr/sem
							CL (hr/w)	
	Eight	1	MMM-48036	التسويق المستدام	Arabic	3	3	
		2	MMM-48037	التسويق الرياضي	Arabic	3	3	
		3	MMM-48038	التسويق المصرفي	Arabic	3	3	
		4	MMM-48039	التسويق الالكتروني	Arabic	1	3	
5		MMM-48040	التسويق السياحي والفندقي	Arabic	3	3		
6		MMM-48041	مشروع بحث	Arabic	2	3		
					Total	15	18	

٧. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

المعرفة	
مخرجات التعلم : تتكون من مجموع المعارف والمهارات والكفاءات المراد أن يحصل عليها الطالب بعد انتهاء كل فصل دراسي بنجاح أو انتهاء البرنامج الدراسي ويجب أن تحدد مخرجات التعلم لكل مادة وفصل دراسي بالشكل الذي يصب في تحقيق اهداف البرنامج الدراسي.	
المهارات	
المهارات التقنية.	القدرة على استخدام الحاسوب بمهارة والتعامل مع البرامج التعليمية المختلفة
المهارات الادارية	الأسلوب الإداري الجيد والقدرة على اتباع الأساليب الإدارية السليمة في الخطابات والتعاملات مع الوحدات الإدارية المختلفة
المهارات التسويقية	التمتع بالمهارات التسويقية المختلفة من خلال القدرة على تحديد الأسعار بدقة والقدرة

التفاوضية وأساليب الامداد والترويج التقليدي والالكتروني والمفاهيم التسويقية المختلفة	
القيم	
من خلال التحلي بالأخلاق في التعاملات بين الزبائن المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في الأساليب التسويقية المتنوعة وكذلك الحفاظ على البيئة من خلال الاستدامة والطاقة النظيفة والعمل على تسويقها وترويجها بالأساليب التسويقية المتنوعة	القيم الاخلاقية
إيجاد موظف كفوء ونزيه وكذلك غرس القيم الوظيفية والتشجيع على النزاهة الوظيفية لديه	القيم الإدارية

١. استراتيجيات التعليم والتعلم

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

٢. طرائق التقييم

<ul style="list-style-type: none"> • التقييم التكويني: هو نمط من التقييم يحدد نقاط القوة والضعف في أداء الطالب خلال الفصل الدراسي ويحدد مدى تقدم الطالب نحو تحقيق مخرجات التعلم . يتكون التقييم التكويني من مهام و واجبات يحددها استاذ المادة وتقر من قبل مجلس الكلية / المعهد وتتضمن على سبيل المثال الامتحانات اليومية ، الواجبات البيتية ، التقارير ، مشاريع عمل ، الزيارات الميدانية ، المناقشات ، متطلبات سريرية (الخ) وغيرها بحسب طبيعة المادة الدراسية. • التقييم التلخيصي وهو نمط من التقييم يتم في منتصف الفصل الدراسي ونهايته، وهو يقيم منجزات الطالب ويتأكد من ان الطالب قد حقق فعلا مخرجات التعلم ويتم من خلال الاختبارات، ويتكون التقييم التلخيصي من جزأين اختبار منتصف الفصل و الاختبارات النهائية ومن الممكن ان يتضمن امتحاناً عملياً أو سريرياً.
--

٣. الهيئة التدريسية

أعضاء هيئة التدريس

الرتبة العلمية	التخصص	المتطلبات/المهارات	اعداد الهيئة
----------------	--------	--------------------	--------------

التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

١. البحوث العلمية المطالبين بها خلال السنة التقويمية الواحدة.
٢. المؤتمرات والورش والندوات المختلفة
٣. مقترحاتهم بشأن تطوير المفردات العلمية .
٤. التقييم السنوي لهم واجتيازهم الدرجة المقبولة في التقييم

٤. معيار القبول

القبول المركزي + الدراسة المسائية

٥. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

موقع القسم الالكتروني ضمن كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل

٦. خطة تطوير البرنامج

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

مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج												اساسي أم اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة / المستوى
القيم				المهارات				المعرفة							
ج4	ج3	ج2	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	أ4	أ3	أ2	أ1				
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	مبادئ إدارة الأعمال	MMM1101	Semester One
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	مبادئ إدارة التسويق	MMM1102	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	مبادئ محاسبة	MMM1103	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	مبادئ الاقتصاد	MMM1104	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	B	حقوق انسان و ديمقراطية	UOM1041	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	B	اللغة العربية	UOM1011	Semester Two
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	اساسيات الإدارة	MMM1205	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	اساسيات إدارة التسويق	MMM1206	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	مبادئ الإحصاء	MMM1207	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	تسويق الاقصاديات الخضراء	MMM1208	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	B	الحاسوب	UOM1031	

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	B	اللغة الانكليزية	UOM1021	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	تسويق خدمات	MMM-2307	Semester Three
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	إمدادات التسويق	MMM-2308	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	المنتج	MMM-2309	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسعير	MMM-23010	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	الإدارة الإستراتيجية	MMM-23011	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	أساليب كمية في التسويق	MMM-23012	
												B	الحاسوب والذكاء الاصطناعي	UOM- 201	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	B	اللغة العربية	UOM- 201	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التوزيع	MMM-24013	Semester Four
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	الترويج	MMM-24014	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	MMM-24015	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	أنظمة معلومات تسويقية	MMM-24016	

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	إدارة التفاوض	MMM-24017	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	B	جرائم نظام البعث في العراق	UOM- 201	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	B	اللغة الانكليزية	UOM- 201	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق العالمي	MMM-35018	Semester Five
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	قواعد البيانات التسويقية	MMM-35019	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	سلوك مستهلك	MMM-35020	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	ادارة المخاطر التسويقية	MMM-35021	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	إدارة المبيعات	MMM-35022	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	اختيارية (إدارة الأداء التسويقي، إدارة المنظمات التسويقية، المراسلات التسويقية)	MMM-35023	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	بحوث تسويق	MMM-36024	Semester Six
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	ادارة المعرفة التسويقية	MMM-36025	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	تصميم المواقع التسويقية	MMM-36026	

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	ادارة الجودة التسويقية	MMM-36027	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	الاستراتيجيات التسويقية	MMM-36028	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	S	مناهج البحث العلمي	MMM-36029	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	ادارة علاقات الزبائن	MMM-47030	Semester Seven
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	دراسات تسويقية معاصرة	MMM-47031	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	تقنيات تسويقية	MMM-47032	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق الزراعي	MMM-47033	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق الدوائي	MMM-47034	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق السيبراني	MMM-47035	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق المستدام	MMM-48036	Semester Eight
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق الرياضي	MMM-48037	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق المصرفي	MMM-48038	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق الالكتروني	MMM-48039	

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	التسويق السياحي والفندقي	MMM-48040	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	C	مشروع بحث	MMM-48041	

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

