



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

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 الرئيسة للبرنامج ومقرراته ومسار بولونيا (المرحلة الأولى) مبيناً المهارات التي يتم العمل على اكسابها للطلبة مبنية على وفق اهداف البرنامج الأكاديمي وتتجلى أهمية هذا الوصف لكونه يمثل الحجر الأساس في الحصول على الاعتماد البرامجي ويشترك في كتابته الملاكات التدريسية بإشراف اللجان العلمية في الأقسام العلمية.

ويتضمن هذا الدليل بنسخته الثالثة وصفاً للبرنامج الأكاديمي بعد تحديث مفردات وفقرات الدليل السابق في ضوء مستجدات وتطورات النظام التعليمي في العراق والذي تضمن وصف البرنامج الأكاديمي بشكلها التقليدي نظام (سنوي، فصلي) فضلاً عن اعتماد وصف البرنامج الأكاديمي المعمم بموجب كتاب دائرة الدراسات ت م ٢٩٠٦/٣ في ٢٠٢٣/٥/٣ فيما يخص البرامج التي تعتمد مسار بولونيا أساساً لعملها. وفي هذا المجال لا يسعنا إلا أن نؤكد على أهمية كتابة وصف البرامج الأكاديمية والمقررات الدراسية لضمان حسن سير العملية التعليمية.

## مفاهيم ومصطلحات لنظام الكورسات

- وصف البرنامج الأكاديمي: يوفر وصف البرنامج الأكاديمي إيجازاً مقتضباً لرؤيته ورسالته وأهدافه متضمناً وصفاً دقيقاً لمخرجات التعلم المستهدفة على وفق استراتيجيات تعلم محددة.
- وصف المقرر: يوفر إيجازاً مقتضباً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها 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 أهداف البرنامج.
- استراتيجيات التعليم والتعلم: بأنها الاستراتيجيات المستخدمة من قبل عضو هيئة التدريس لتطوير تعليم وتعلم الطالب وهي خطط يتم إتباعها للوصول إلى أهداف التعلم. أي تصف جميع الأنشطة الصفية واللاصفية لتحقيق نتائج التعلم للبرنامج.

## نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

اسم الجامعة: جامعة الموصل

الكلية/ المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي او المهني: بكالوريوس إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس في إدارة التسويق

النظام الدراسي: المرحلة الأولى والثانية (مسار بولونيا)

النظام الدراسي: المرحلة الثالثة / الرابعة (الكورسات)

تاريخ اعداد الوصف: ٢٠٢٦/٢/٥

تاريخ ملء الملف: ٢٠٢٦/٢/٥

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 علميًا 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. اهداف 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				
هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات *
متطلبات المؤسسة	١٠	٢٤	١٧,٧	
متطلبات الكلية	٨	٢٤	١٧,٧	
متطلبات القسم	٣٦	٨٥	٦٢,٩	
التدريب الصيفي	١	٢	١,٤	
أخرى				

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

٧. وصف البرنامج				
الساعات المعتمدة	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى	
			نظري	عملي
-	إدارة الأعمال ١	AEMM24-101	٣	
-	إدارة التسويق ١	AEMM24-102	٣	
٢	إحصاء ١	AEMM24-103	١	
٢	محاسبة مالية ١	AEMM24-104	١	
٢	اقتصاد جزئي ١	AEMM24-105	١	
-	لغة العربية	AEMM24-106	٢	
	Headway (Beginner)	AEMM24-107	٢	
-	إدارة الأعمال ٢	AEMM24-108	٣	
-	إدارة التسويق ٢	AEMM24-109	٣	
٢	إحصاء ٢	AEMM24-110	١	
٢	محاسبة مالية ٢	AEMM24-111	١	
٢	اقتصاد كلي ٢	AEMM24-112	١	
٢	اساسيات الحاسوب	AEMM24-113	١	
-	حقوق انسان وديمقراطية	AEMM24-114	٢	
-	تسويق خدمات (١)	AEMM24-201	٣	
-	إمدادات التسويق	AEMM24-202	٣	
-	المنتج	AEMM24-203	٢	
-	التسعير	AEMM24-204	٢	
-	الادارة الإستراتيجية	AEMM24-205	٢	
٢	أساليب كمية في التسويق	AEMM24-206	١	

٢	١	التطبيقات المكتبية ( Word & PowerPoint )	AEMM24-207	السنة الثانية / الكورس الثاني
-	٣	تسويق خدمات (٢)	AEMM24-208	
-	٢	التوزيع	AEMM24-209	
-	٢	الترويج	AEMM24-210	
-	٢	ادارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM24-211	
-	٢	إدارة المبيعات	AEMM24-212	
-	٢	Headway (elementary)	AEMM24-213	
٢	١	التطبيقات المكتبية (Excel)	AEMM24-214	
-	٣	التسويق العالمي	AEMM24-301	السنة الثالثة / الكورس الاول
٢	١	بحوث تسويق	AEMM24-302	
-	٢	سلوك مستهلك	AEMM24-303	
-	٢	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM24-304	
-	٢	Headway (pre-intermediate)	AEMM24-305	
٢	١	أساسيات الانترنت	AEMM24-306	
-	٣	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM24-307	
-	٢	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM24-308	
-	٢	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM24-309	السنة الثالثة / الكورس الثاني
-	٢	ادارة الجودة التسويقية	AEMM24-310	
-	٢	إدارة التفاوض	AEMM24-311	
-	٢	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM24-312	
-	٢	مناهج البحث العلمي	AEMM24-313	
-	٣	ادارة علاقات الزبائن	AEMM24-401	
-	٣	دراسات تسويقية معاصرة (١)	AEMM24-402	
٢	١	قواعد البيانات التسويقية	AEMM24-403	
-	٢	التسويق الزراعي	AEMM24-404	السنة الرابعة / الكورس الاول
-	٢	التسويق الدوائي	AEMM24-405	
-	٢	التسويق الرياضي	AEMM24-406	
-	٢	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM24-407	
-	٣	دراسات تسويقية معاصرة (٢)	AEMM24-408	
-	٣	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM24-409	
٢	١	التسويق الالكتروني	AEMM24-410	
-	٢	التسويق السياحي والفندقي	AEMM24-411	
-	٢	Headway (intermediate)	AEMM24-412	السنة الرابعة / الكورس الثاني

٨. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج	
المعرفة	
الخزين المعرفي المتولد لدى الطالب من المعلومات التي تلقاها خلال المحاضرات الاكاديمية خلال الأسبوع الواحد	١. معارف مختلفة في مجال ادارة التسويق ٢. فهم الاتجاهات الحديثة الواجب تطبيقها في المجال التسويقي ٣. تعريف الطلبة بالمفاهيم التسويقية المعاصرة
المهارات	
القدرة على استخدام الحاسوب بمهارة والتعامل مع البرامج التعليمية المختلفة	المهارات التقنية.
الأسلوب الإداري الجيد والقدرة على اتباع الأساليب الإدارية السليمة في الخطابات والتعاملات مع الوحدات الإدارية المختلفة	المهارات الادارية
التمتع بالمهارات التسويقية المختلفة من خلال القدرة على تحديد الأسعار بدقة والقدرة التفاوضية وأساليب الامداد والترويج التقليدي والالكتروني والمفاهيم التسويقية المختلفة	المهارات التسويقية
القيم	
من خلال التحلي بالأخلاق في التعاملات بين الزبائن المسؤولة 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

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

٥. طرائق التقييم	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• التحضيرات اليومية</li> <li>• الامتحانات الشفوية</li> <li>• التقارير</li> <li>• الامتحان الفصلي</li> </ul>

## ٦. الهيئة التدريسية

### أعضاء هيئة التدريس

اعداد الهيئة التدريسية		المتطلبات/المهارات الخاصة (ان وجدت )		التخصص		الرتبة العلمية
محاضر	ملاك			خاص	عام	
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د بشار ذاکر صالح
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.د علاء عبد السلام يحيى
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.د رعد عدنان رؤوف
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.د محمد محمود حامد
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.د ليلي جار الله خليل
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.د منذر خضر يعقوب
	*			إدارة امدادات	إدارة الاعمال	أ.م.د عامر إسماعيل عبد الله
				إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م عمر ياسين محمد
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م محمد احمد محمود
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	أ.م.د احمد يوسف فتحي
	*			طرائق تدريس اللغة الإنكليزية	طرائق تدريس	أ.م رفل محمود جاسم
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د يونس احمد خليل
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د مها مصطفى جاتكير
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د هند خضر أحمد
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د مصطفى ابي سعيد احمد
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د بهاء حبيب محمود
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.د عبد الباري عبد المجيد احمد
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م. شيماء ناظم حمدون
	*			إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م. تقى عبد النافع طه
	*			إدارة التسويق	إدارة التسويق	م. نجدت مصطفى مسيب
	*			علوم حاسوب	علوم حاسوب	م.م ابتسام كريم تركي
	*			إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م ياسر محمد إبراهيم
	*			المحاسبة	المحاسبة	م.م اسماء سالم محمد علي
				إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م شيماء احمد محمود حمودي
				إدارة التسويق	إدارة الاعمال	م.م مريم اياد يوسف
				إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م هديل احمد خلف
				إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م مصطفى فيصل سعيد
				إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م مروة محمد قاسم
				إدارة التسويق	إدارة التسويق	م.م علي سعد عاند

<b>التطوير المهني</b>
<b>توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد</b>
١. اجتياز دورة طرائق التدريس. ٢. ادخالهم في دورات تطويرية وتعليمية . ٣. ادخالهم في محاضرات كمساعد مع أستاذ اقدم .
<b>التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس</b>
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

<b>٧. معيار القبول</b>
<b>القبول المركزي + الدراسة المسائية</b>

<b>٨. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج</b>
موقع القسم الالكتروني ضمن كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل

<b>٩. خطة تطوير البرنامج</b>
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							
ج ٤	ج ٣	ج ٢	ج ١	ب ٤	ب ٣	ب ٢	ب ١	أ ٤	أ ٣	أ ٢	أ ١				
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة الأعمال ١	AEMM24-101	السنة الأولى / الكورس الاول
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة التسويق ١	AEMM24-102	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إحصاء ١	AEMM24-103	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	محاسبة مالية ١	AEMM24-104	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	اقتصاد جزئي ١	AEMM24-105	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	لغة العربية	AEMM24-106	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	Headway (Beginner)	AEMM24-107	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة الأعمال ٢	AEMM24-108	السنة الأولى / الكورس الثاني
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إدارة التسويق ٢	AEMM24-109	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إحصاء ٢	AEMM24-110	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	محاسبة مالية ٢	AEMM24-111	

*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	اقتصاد كلي ٢	AEMM24-112	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	اساسيات الحاسوب	AEMM24-113	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	حقوق انسان وديمقراطية	AEMM24-114	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	تسويق خدمات (١)	AEMM24-201	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	إمدادات التسويق	AEMM24-202	السنة الثانية / الكورس الاول
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	المنتج	AEMM24-203	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التسعير	AEMM24-204	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	الادارة الإستراتيجية	AEMM24-205	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	أساليب كمية في التسويق	AEMM24-206	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التطبيقات المكتبية ( Word & PowerPoint)	AEMM24-207	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	تسويق خدمات (٢)	AEMM24-208	
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	التوزيع	AEMM24-209	السنة الثانية / الكورس الثاني
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	اساسي	الترويج	AEMM24-210	

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

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

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

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

