

الجامعة: الموصل

نموذج وصف المقرر
الكلية: الإدارة والاقتصاد

القسم او الفرع: إدارة التسويق

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
إدارة علاقات الزبائن	
2. رمز المقرر	
AEMM23_F410	
3. الفصل / السنة	
2025/2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2024/9/1	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضورى وتفاعلي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
ثلاث ساعات	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) والنقب العلمي	
أ.م محمد احمد محمود الحماسي الإيميل: mohamed_alhamamy@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	تهدف المادة الى التعرف بمفاهيم ادارة علاقات الزبائن، وكيف تتعامل المنظمات مع التوجه الحديث في كسب الزبائن والاحتفاظ بهم وتلبية حاجاتهم ورغباتهم والاخذ بمقترحاتهم ومعالجة مشاكلهم تجاه استخدام المنتجات وما بعد الاستخدام.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية:	1. تقديم محاضرات نظرية مبسطة ومنظمة. 2. تحليل دراسات حالة واقعية لتطبيق المفاهيم. 3. تدريب عملي على أدوات إدارة علاقات الزبائن مثل Google Ads. 4. تفعيل التعلم التفاعلي من خلال النقاشات والأنشطة الجماعية. 5. تكليف الطلبة بمشاريع تطبيقية وعروض تقديمية. 6. إجراء اختبارات قصيرة وواجبات دورية لتعزيز المتابعة.



10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	المعرفي	نشأة وتطور ومفهوم ومزايا CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
2	3	المعرفي	مكونات نظام ، ومبررات تطبيق CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
3	3	المعرفي	نموذج CRM و متطلبات تطبيقها	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
4	3	المعرفي	نموذج CRM وخطوات ومعوقات تنفيذها	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
5	3	المهارة	متطلبات بناء الولاء لدى الزبون	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
6	3	الوجداني	التسويق الداخلي وخدمة الزبون	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
7	3	النفسي الحركي	المعمارية التقنية ل CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
8	3	المعرفي	استخدام مستودع البيانات في دعم CRM والتخزين المتكامل لبيانات الزبائن	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
9	3	المهارة	القدرات التحليلية لمستودع البيانات وتقنياته	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
10	3	الوجداني	استخدام مستودع البيانات في CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
11	3	النفسي الحركي	ايعاد E- CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
12	3	المعرفي	أدوات E- CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
13	3	المهارة	طرق تنفيذ E- CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
14	3	الوجداني	تدعيم تكنولوجيا المعلومات E- CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
15	3	المعرفي	الامتحان	نظري	

11. تقييم المقرر ونقسيات الدرجة	
توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشهرية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ	
12. مصادر التعلم والتدريس	
الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	
المراجع الرئيسية (المصادر)	المصادر الرئيسية: الاطاريح والكتب العلمية الحديثة الخاصة بإدارة علاقات الزبائن
الكتب والمراجع المساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)	
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	
نسبة تحديث المنهاج	15%

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

الإستاذ المساعد الدكتور
بشار آزاد الكز الوائلي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

مصدر المصدر العام
2011



الجامعة: الموصل
الكلية: الإدارة والاقتصاد
القسم او الفرع: إدارة التسويق
نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية						
دراسات تسويقية معاصرة 1						
2. رمز المقرر						
AEMM23_F407						
3. الفصل / السنة						
2025- 2026						
4. تاريخ إعداد هذا الوصف						
1/7/2025						
5. أشكال الحضور المتاحة						
حضور في القاعة الدراسية						
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية) :						
عدد الساعات / 3 عدد الوحدات 3						
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي						
الاسم: د.بشار ذاکر صالح الإيميل: bashar_thaker@uomosul.edu.iq						
8. أهداف المقرر						
أهداف المادة الدراسية						
يهدف المقرر الى اطلاع الطلبة على اخر المواضيع الحديثة في مجال التسويق وابعادها ومامدى أهميتها لواقع العمل التجاري وإمكانية تبنيتها من خلال تناول مفاهيم تسويقية تحاكي العصر الحالي لتنمية مهارات وأفكار الطلبة.						
9. استراتيجيات التعلم والتعليم						
الاستراتيجية:						
1- طريقة التعلم التعاوني من خلال إجابة الطلبة على استفسارات التدريسي وزملائهم الطلبة 2- طريقة المناقشة 3- طريقة الواجبات اليومية						
10. بنية المقرر						
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم	
1	3		مفهوم واهمية وعمليات استغلال الفرص التسويقية	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني	
2	3		أنواع الفرص التسويقية	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني	

حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	مفهوم واهمية وخصائص التسويق التفاعلي	3	3
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	ابعاد التسويق التفاعلي	3	4
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	اليقظة التسويقية , المفهوم , الاهمية , الاهداف	3	5
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	اجراءات اليقظة التسويقية , وانواع اليقظة الاستراتيجية	3	6
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	مفهوم التسويق المستدام , الاهمية , المعايير, الخصائص	3	7
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	ابعاد التسويق المستدام	3	8
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	مفهوم وخصائص الارتجال التسويقي	3	9
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	اهمية واهداف ووسائل الارتجال التسويقي	3	10
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	ابعاد الارتجال التسويقي	3	11
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	التسويق عبر المؤثرين المفهوم واليات النجاح	3	12
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	التسويق الريادي مفاهيم واساسيات	3	13
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	ابعاد التسويق الريادي	3	14
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	الامتحان الفصلي	3	15

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفهوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)

لا يوجد	المراجع الرئيسية (المصادر)
احدث الرسائل والاطارح الجامعية في تخصص ادارة التسويق	الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
بحوث منشورة في مجلات عراقية وعربية	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
%15	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويتي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويتي



نموذج وصف المقرر

الجامعة: الموصل الكلية: الإدارة والاقتصاد القسم او الفرع: ادارة التسويق

1. اسم المقرر:					
قواعد البيانات التسويقية					
2. رمز المقرر:					
AEMM26 F403					
3. الفصل / السنة					
2026-2025					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
1-9-2025					
5. أشكال الحضور المتاحة					
حضور (قاعة دراسية + مختبر)					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)					
3 ساعات في الاسبوع / عدد الوحدات 3					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)					
الاسم: م. سهم حازم نجيب الأيميل : saham_hazem@uomosul.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة					الدراسية
تهدف المادة الى التعرف بالحزمة المكتبية (Microsoft Access) وكساب الطالب المهارة في استخدام البرنامج والقدرة على تصميم قاعدة بيانات نموذجية تخدم ادارة التسويق وتدير خدمات الزبون					
9. استراتيجيات التعلم والتعلم					
الاستماع الفعال نقد النفس تحليل المعلومات التذكر التنظيم توسيع اطلاع الطالب على مصادر منهجية مختلفة					الاستراتيجية
10. بنية المقرر					
الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	المهارة	مفهوم قاعدة البيانات التسويقية	جهاز عرض لوحة الكتابة	اختبار عملي
2	3	المعرفة	أهمية وأنواع قواعد البيانات التسويقية	طرقاً تقليدية	اختبار نظري
3	3	الافكار	العلاقة بين قاعدة البيانات التسويقية و Access	المناقشة	اختبار الكتروني
4	3	الخبرة	قاعدة بيانات العملاء - التعرف بقواعد البيانات	طرح الاسئلة	الحضور

		(الاهمية ، مكونات نظم قواعد البيانات)			
حلقات نقاشية	الجامع	مقدمة تعريفية برنامج أكسس وطريقة التثبيت	الممارسة	3	5
تقديم الواجبات	حل المشكلات	مكونات النافذة الرئيسية	المهارة	3	6
تقديم التقارير	التعاوني	انشاء الجداول وخصائصها	المعرفة	3	7
اختبار عملي	استخدام التكنولوجيا	أنواع البيانات وطريقة ادخال البيانات في الحقول	الافكار	3	8
اختبار نظري	التعليم الإلكتروني	أنواع العلاقات في أكسس (واحد-واحد)،(واحد-متعدد)،(متعدد-متعدد)	الخبرة	3	9
اختبار الكتروني	جهاز عرض لوحة الكتابة	تطبيقات عملية لقواعد البيانات التسويقية	الممارسة	3	10
الحضور	طرقا تقليدية	الاستعلامات في أكسس	المهارة	3	11
حلقات نقاشية	المناقشة	الاستعلامات في أكسس	المعرفة	3	12
تقديم الواجبات	طرح الاستئلة	النماذج وطرق بنائها	الافكار	3	13
تقديم التقارير	الجامع	التقارير في أكسس	الخبرة	3	14
اختبار عملي	حل المشكلات	تطبيقات عملية لقواعد البيانات التسويقية	الممارسة	3	15
اختبار عملي	جهاز عرض لوحة الكتابة	امتحان + مناقشة	المهارة	3	16

11. تقييم المقرر

تقييم المادة الدراسية					
مخرجات التعليم المتعلقة	الاسبوع	الوزن (الدرجات)	العدد/ الوقت	أنواع الاختبار	
11,10,2,1	5,10	10%(10)	2	الاختبارات اليومية	التقييم التكويني
الح	13	10%(10)	1	التقارير	
	12,2	10%(10)	2	المقالات	
	مستمر	10%(10)	1	الاختبار التطبيقي	
	7	10%(10)	ساعتان	الامتحان النصفى	التقييم النهائي
جميعها	16	50%(50)	ثلاث ساعات	الامتحان النهائي	
		100%(100)		النتيجة النهائية (درجة)	

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
---------	---



جامعة الزيتونة
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة التسويق

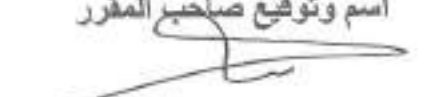
Microsoft access 2013/ eng : Mohamed abu elela	المراجع الرئيسية (المصادر)
قواعد بيانات - منيب قطيشات	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير....)
	المراجع الإلكترونية ، مواقع الانترنت
%10	نسبة تحديث المناهج



اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع


الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التوبجى

اسم وتوقيع صاحب المقرر


م. سمح حازم نجيب



نموذج وصف المقرر
الجامعة: الموصل الكلية: الإدارة والاقتصاد القسم او الفرع: ادارة التسويق

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
التسويق الزراعي / المرحلة الرابعة	
2. رمز المقرر /	
AEMM 25-M204	
3. الفصل / السنة	
٢٠٢٤/٢٠٢٥	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
٢٠٢٥ / ٥ / ٥	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضور اسبوعي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
2 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) والنقب العلمي	
الاسم: ا.م.د. منا عبد الجبار السماك م.د. يونس احمد النعيمي	الايميل: manal_abdulgabar@uomosul.edu.iq yonis alnuamy@uomosul.edu.iq
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	يطلب التسويق الزراعي فهما واداركا واسعا بالمهارات التسويقية لكونه يعاني من الأساليب والانماط التقليدية لذا فان تحصين الطالب بهذه المتطلبات الحديثة للتسويق تجعله قادرا على قيادة وبقاء المنظمة في المستقبل
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	

جامعة الموصل
كلية الزراعة

جامعة الموصل
كلية الزراعة والتسويق
قسم ادارة التسويق

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	٢ ساعة	نظرية وعملية	مقدمة في التسويق الزراعي	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
2	٢ ساعة	نظرية وعملية	خصائص المزيج التسويقي الزراعي إزاء التقليدي	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
3	٢ ساعة	نظرية وعملية	استراتيجيات تسعير المنتج الزراعي	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
4	٢ ساعة	نظرية وعملية	استراتيجيات التوزيع (المكان)	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
5	٢ ساعة	نظرية وعملية	سلسلة القيمة واستراتيجية الترويج	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
6	٢ ساعة	نظرية وعملية	استراتيجية الموقف التنافسي	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
7	٢ ساعة	نظرية وعملية	التحالفات الزراعية وأثرها على التسويق الزراعي	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
8	٢ ساعة	نظرية وعملية	التسويق الإلكتروني للمنتجات الزراعية	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
9	٢ ساعة	نظرية وعملية	معوقات وأخطاء التسويق الزراعي	المحاضرة المناقشة	امتحان نظري + مشاركات

+تقارير+ حضور	العرض، الوصف				
+ امتحان نظري + مشاركات +تقارير+ حضور	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	بحوث التسويق الزراعي	نظرية وعملية	٢ ساعة	10
+ امتحان نظري + مشاركات +تقارير+ حضور	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	طرق العرض للمنتجات الزراعي	نظرية وعملية	٢ ساعة	11
+ امتحان نظري + مشاركات +تقارير+ حضور	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	المقاييس المستخدمة في التسويق الزراعي	نظرية وعملية	٢ ساعة	12
+ امتحان نظري + مشاركات +تقارير+ حضور	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	الأسواق الزراعية	نظرية وعملية	٢ ساعة	13
+ امتحان نظري + مشاركات +تقارير+ حضور	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	تعبئة و تغليف المنتجات الزراعية	نظرية وعملية	٢ ساعة	14
		امتحان الفصل			15

١١. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

حضور الطلبة 10 درجات + مشاركات الطلبة 5 درجات + تقارير 5 درجات + امتحان 20 درجة + امتحان
نهاية الكورس 60 درجة.

١٢. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
الرسائل والاطاريح المتاحة على شبكة الانترنت	المراجع الرئيسية (المصادر)
حالات دراسية والتقارير ذات الصلة	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مواقع الانترنت	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

نسبة تحديث المنهاج	١٣,٣%
--------------------	-------

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

ا.م.د. بشار ذاکر القوطجي

~~الإستاذ المساعد الدكتور~~
بشار ذاکر القوطجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

م.د. یونس احمد النعیمی

ا.م.د. منال عبد الجبار السمک



القسم او الفرع: إدارة التسويق

نموذج وصف المقرر
الكلية: الإدارة والاقتصاد

الجامعة: الموصل

١. اسم المقرر
والمرحلة الدراسية

التسويق الدوائي / المرحلة الرابعة

٢. رمز المقرر

٣. الفصل / السنة

٢٠٢٥-٢٠٢٦ / الفصل الأول

٤. تاريخ إعداد هذا الوصف ٢٠٢٦

٥. أشكال الحضور المتاحة

حضورى ووقت محدد

٦. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)

٣٠ ساعة / ٢ عدد وحدات

٧. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي

الإيميل: invla-

الاسم: د. ليلي جار الله خليل

garallah@uomosul.edu.iq

٨. اهداف المقرر

- تعريف الطالب بمفهوم التسويق الدوائي
- مراحل المنتج الدوائي
- البيئة التسويقية الدوائية

اهداف المادة الدراسية

٩. استراتيجيات التعليم والتعلم

العصف الذهني
التعلم الجماعي

الاستراتيجية:

١٠. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
١	٢	معرفي	مقدمة عن صناعة الدواء وخواصها	المحاضرة	مشاركات

الحضور	المناقشة	نشوء الصيدلية كممارسة ودورها في الترويج الدوائي	نظري	٢	٢
امتحان يومي	طرح الاسئلة	تعريف الترويج الدوائي	عملي	٢	٣
مشاركات يومية	المحاضرة	عوامل نجاح الترويج الدوائي	معرفي	٢	٤
الحضور	طرح الاسئلة	انواع التبادل في السوق في الدوائية	نظري	٢	٥
سلوك	المحاضرة	البيئة التسويقية الدوائية	عملي	٢	٦
الحضور	طرح الاسئلة	البيئة التكنولوجية والمسببات	معرفي	٢	٧
مشاركات	المحاضرة	البيئة الاقتصادية	نظري	٢	٨
امتحان يومي	المناقشة	البيئة الاجتماعية والبيئة القانونية	نظري	٢	٩
سلوك	طرح الاسئلة	معايير تجزئة السوق	معرفي	٢	١٠
الحضور	طرح الاسئلة	اساليب تجزئة السوق	عملي	٢	١١
مشاركات	المحاضرة	الاحلال في السوق الدوائي	نظري	٢	١٢
امتحان يومي	المناقشة	المنتج الدوائي، دورة حياة المنتج الدوائي ومرحل تطوره	عملي	٢	١٣
سلوك	طرح الاسئلة	الترويج الدوائي	معرفي	٢	١٤
الحضور	المحاضرة	امتحان فسخي	نظري	٢	١٥

١١. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من ١٠٠ على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

١٢. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية ان وجدت)
العلاق ، الترويج الدوائي	المراجع الرئيسة (المصادر)
/	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
/	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
%١٥	نسبة تحديث المنهاج



اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع

اسم وتوقيع صاحب المقرر
د. سليمان بن عبد الله الخليل



نموذج وصف المقرر

القسم او الفرع: إدارة التسويق

الكلية: الإدارة والاقتصاد

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
التسويق الرياضي	
2. رمز المقرر	
AEMM25_F406	
3. الفصل / السنة	
2026-2025 الفصل الاول	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2025/10/1	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضورى، الشاشة التفاعلية، CLASS ROOM	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
2	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
الاسم: أ.م.د. منذر خضر يعقوب الإيميل: mother_khuder@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
<ul style="list-style-type: none"> - تعريف الطالب بمفهوم التسويق الرياضي . - تنمية مهارات الطالب في مجال إعداد الخطط التسويقية في المجال الرياضي بمختلف مراحلها ومستوياتها في ظل استخدام النماذج الاستراتيجية المعاصرة في إعداد الخطط الاستراتيجية الكفيلة بتسويق المنتجات الرياضية. - تعليم الطالب كيفية التعامل الميداني في مجال تسويق المنتجات الرياضية بشتى أنواعها السلعية والخدمية والأفكار، فضلا عن التعرف على الاستراتيجيات التسويقية في القطاع الرياضي، والتعرف على المزيج التسويقي الرياضي والسوق الرياضية والرعاية الرياضية. 	<p>اهداف المادة الدراسية</p> 
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
<p>معرفه استراتيجيات المزيج التسويقي الرياضي، وتدريب الطلبة إلى إعداد خطة تسويقية في تسويق المنتجات الرياضية، والتعرف على السوق الرياضية وأنواعها، وكذلك التعرف على النواع المكانة</p>	<p>الاستراتيجية:</p>

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / العماق أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
الأول	2	مفهوم التسويق الرياضي وأهميته وأهدافه	مفهوم التسويق الرياضي	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثاني	2	التعرف على خصائص التسويق الرياضي وأساليبه	خصائص التسويق الرياضي وأساليبه	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثالث	2	التعرف على مفهوم تقسيم السوق ومستوياتها	مفهوم السوق وتقسيم السوق الرياضية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الرابع	2	التعرف على مفهوم الأسواق الرياضية المستهدفة وأهمية تقسيم السوق الرياضية	الأسواق الرياضية المستهدفة	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الخامس	2	التعرف على مستويات تقسيم السوق الرياضية	مستويات تقسيم السوق الرياضية وأسسها	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
السادس	2	التعرف على مفهوم المكانة الذهنية وأنواع استراتيجياتها	المكانة الذهنية للمنتجات الرياضية واستراتيجياتها	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
السابع	2	التعرف على مفهوم المكانة الذهنية وأنواع استراتيجياتها	المكانة الذهنية للمنتجات الرياضية واستراتيجياتها	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثامن			امتحان شهري 1	تقارير علمية وامتحان	
التاسع	2	التعرف على مفهوم المنتج الرياضي وأنواعه وخصائصه واستراتيجياته	المنتج الرياضي	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
العاشر	2	التعرف على مفهوم التسعير الرياضي وطرائق التسعير واستراتيجياته	التسعير الرياضي	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الحادي عشر	2	التعرف على مفهوم الترويج الرياضي وأشكاله ووسائله التقليدية	الترويج الرياضي	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات

			والمدبنة واستراتيجياته		
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	التوزيع الرياضي	التعرف على مفهوم التوزيع الرياضي وبنافذ التوزيع واستراتيجياته	2	الحادي عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	الافراد والعمليات والدلائل المادية الرياضية	التعرف على مفاهيم الافراد العاملين والعمليات والدلائل المادية	2	الثاني عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	العلاقات العامة	التعرف على مفهوم العلاقات العامة في القطاع الرياضي، والتفاوض مع المنظمات الاخرى وبرام العقود	2	الثاني عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	التعبئة والتغليف للمنتجات الرياضية	التعرف على اهمية التعبئة والتغليف للمنتجات الرياضية وخصائصها وبنافذها.	2	الثالث عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	الرعاية الرياضية استراتيجيات الرعاية الرياضية	التعرف على الرعاية الرياضية واستراتيجيات الرعاية الرياضية	2	الرابع عشر
امتحان وتقارير عملية		امتحان شهري 2			الخامس عشر

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشقوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد مقر منهجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
التسويق الرياضي، أ. م. د. منذر خضر يعقوب المهدي، أ. د. ابي سعيد الدينه جي	المراجع الرئيسية (المصادر)
SMITH, (2019), SPORTS MARKETING	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
WWW.AMAZONE.COM	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
%20	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم والفرع
أ.م.د. بشر ذاکر صالح



اسم وتوقيع صاحب المقرر
أ.م.د. منذر خضر يعقوب

القسم او الفرع: إدارة التسويق

نموذج وصف المقرر
الكلية: الإدارة والاقتصاد

الجامعة: الموصل

١. اسم المقرر
والمرحلة الدراسية

المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات التسويق / الرابعة

٢. رمز المقرر

٣. الفصل / السنة

٢٠٢٠-٢٠٢١ / الفصل الثاني

٤. تاريخ إعداد هذا الوصف ٢٠٢٣

٥. أشكال الحضور المتاحة

حضورى ويوقت محدد

٦. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)

٣٠ ساعة / ٢ عدد وحدات

٧. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي

الإيميل: lailya-garallah@uomosul.edu.iq

الاسم: د. ليلي جلاله خليل

٨. اهداف المقرر

اهداف المادة الدراسية

- تعريف الطالب بمفهوم المسؤولية الاجتماعية
- مراحل تطور المسؤولية الاجتماعية
- آليات تطبيق اخلاقيات التسويق

٩. استراتيجيات التعلم والتعليم

الاستراتيجية:

العصف الذهني
التعلم الجماعي

١٠. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
١	٢	معرفي	تعريف المسؤولية الاجتماعية	المحاضرة	مشاركات
٢	٢	نظري	مداخل تناول المسؤولية الاجتماعية	المناقشة	الحضور
٣	٢	عملي	تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية	طرح الاسئلة	امتحان يومي
٤	٢	معرفي	اهمية المسؤولية الاجتماعية	المحاضرة	مشاركات يومية
٥	٢	نظري	اسباب ظهور المسؤولية الاجتماعية	طرح الاسئلة	الحضور
٦	٢	عملي	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	المحاضرة	سلوك
٧	٢	معرفي	قوائد المسؤولية الاجتماعية	طرح الاسئلة	الحضور

مشاركات	المحاضرة	أصحاب المصالح ومؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية	نظري	٢	٨
امتحان يومي	المنقشة	ستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية ووجهات النظر المؤيدة والمعارضة	نظري	٢	٩
سلوك	طرح الاسئلة	مفهوم اخلاقيات التسويق وأسباب ظهورها	معرفي	٢	١٠
الحضور	طرح الاسئلة	الممارسات التسويقية المضلة للتسويق الموجهة للزبون	عملي	٢	١١
مشاركات	المحاضرة	الممارسات التسويقية المضلة للتسويق الموجهة للمجتمع	نظري	٢	١٢
امتحان يومي	المنقشة	حقوق المستهلك	عملي	٢	١٣
سلوك	طرح الاسئلة	نماذج شركات عالمية طبقت المسؤولية الاجتماعية	معرفي	٢	١٤
الحضور	المحاضرة	امتحان فصلي	نظري	٢	١٥

١١. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من ١٠٠ على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

١٢. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة، بين ثامر و بن فرحات، ٢٠٢٢	المراجع الرئيسية (المصادر)
دور اخلاقيات التسويق في تحقيق ولاء الزبون ، زقود، ٢٠٢٠ العديد من المصادر من الانترنت	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
/	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
١٥%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع

اسم وتوقيع صاحب المقرر
د. سليمان جبار الله فليل



القسم او الفرع: إدارة التسويق

نموذج وصف المقرر
الكلية: الإدارة والاقتصاد

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية					
دراسات تسويقية معاصرة 2					
2. رمز المقرر					
AEMM23_F407					
3. الفصل / السنة					
2025- 2026					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
2026 / 1 / 26					
5. أشكال الحضور المتاحة					
حضور في القاعة الدراسية					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية) :					
عدد الساعات / 3 عدد الوحدات 3					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي					
الاسم: د.بشار ذاکر صالح الإيميل: bashar_thaker@uomosul.edu.iq					
8. أهداف المقرر					
أهداف المادة الدراسية					
يهدف المقرر الى اطلاع الطلبة على اخر المواضيع الحديثة في مجال التسويق وابعادها ومامدى أهميتها لواقع العمل التجاري وإمكانية تبنيتها من خلال تناول مفاهيم تسويقية تحاكي العصر الحالي لتنمية مهارات وأفكار الطلبة.					
9. استراتيجيات التعلم والتعلم					
الاستراتيجية:					
1- طريقة التعلم التعاوني من خلال إجابة الطلبة على استفسارات التدريسي وزملائهم الطلبة 2- طريقة المناقشة 3- طريقة الواجبات اليومية					
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	مفهوم واساسيات التميز التسويقي	حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني
2	3	ابعاد التميز التسويقي	حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني



حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	مفهوم واهمية الرشافة التسويقية	3	3
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	مرتكزات الرشافة التسويقية	3	4
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	الثقافة التسويقية , المفهوم , الاهمية , الاهداف	3	5
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	ابعاد الثقافة التسويقية	3	6
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	مفهوم تسويق الذات الاهمية , الاهداف.	3	7
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	ابعاد تسويق الذات	3	8
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	مفهوم واهمية قيمة الزبون والعوامل المؤثرة فيه	3	9
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	ابعاد قيمة الزبون	3	10
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	إدارة الازمات التسويقية المفهوم والاساسيات	3	11
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	اسباب ومراحل الازمات التسويقية	3	12
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	متطلبات مراحل إدارة الازمات التسويقية	3	13
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	التسويق الأزرق مفاهيم واساسيات	3	14
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضورى	الامتحان الفصلي	3	15

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية
والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)



لا يوجد	المراجع الرئيسية (المصادر)
احدث الرسائل والاطارح الجامعية في تخصص ادارة التسويق	الكتب والمراجع المساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
بحوث منشورة في مجلات عراقية وعربية	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
%15	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويجى

اسم وتوقيع صاحب المقرر

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويجى



الجامعة: الموصل
 الكلية: الإدارة والاقتصاد
 القسم او الفرع: إدارة التسويق
 نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
الاستراتيجيات التسويقية/ المرحلة الرابعة	
2. رمز المقرر	
AEMM26_F409	
3. الفصل / السنة	
الفصل الثاني / 2026-2025	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2025/10/1	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضورى، الشاشة التفاعلية، CLASS ROOM	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
3	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
الاسم: أ.د. منذر خضر يعقوب الإيميل: monther_khuder@uomosul.edu.iq	
8. أهداف المقرر	
أهداف المادة الدراسية	يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمفهوم الحديث لاستراتيجيات التسويق ووظائفها، وتنمية مهارات الطالب في مجال إعداد الخطط التسويقية بمختلف مراحلها ومستوياتها في ظل استخدام نماذج الاستراتيجية المعاصرة في إعداد الخطط الاستراتيجية الكفيلة بتسويق المنتجات الدائم. وتعليم الطالب كيفية التعامل الميداني في مجال تسويق المنتجات بشتى أنواعها السلعية والخدمية والأفكار، وإعداد الاستراتيجيات التسويقية المناسبة.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية:	معرفة استراتيجيات التسويق، ومعرفة مراحل إعداد الخطط التسويقية، وتدريب الطلبة إلى إعداد خطة تسويقية للمنظمة الإنتاجية والخدمية.
10. بنية المقرر	



الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / المساق أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
الأول	3	مفهوم الإستراتيجية ومستوياتها في المنظمة	الفصل الأول: مدخل تمهيدي في الإستراتيجية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثاني	3	إعداد الخطط التسويقية وصياغتها على نحو يتناسب ووضع المنظمة وأهدافها.	الفصل الثاني: التخطيط الإستراتيجي التسويقي	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثالث	3	صياغة الخطط التسويقية في منظمات إنتاجية وتسويقية	الفصل الثالث: عملية تخطيط الإستراتيجية التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الرابع	3	بيان مفهوم البيئة الداخلية وعناصرها، وكذلك بيان نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات	الفصل الرابع: التحليل البيئي (الداخلي والخارجي)	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الخامس	امتحان شهري 1				تقارير علمية وامتحان
السادس	3	بيان الاستراتيجيات المناسبة عبر الخيارات المتاحة (البديل الإستراتيجية)	الفصل الخامس: الخيارات الإستراتيجية للمنظمة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
السابع	3	مفهوم السوق المستهدفة، وأهمية تحديد السوق المستهدفة ومعايير اختيار السوق المستهدفة، والاستراتيجيات المتبعة فيها	الفصل السادس: استراتيجيات السوق المستهدف	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثامن	3	مفهوم السوق المستهدفة، وأهمية تحديد السوق المستهدفة ومعايير اختيار السوق المستهدفة، والاستراتيجيات المتبعة فيها	الفصل السادس: استراتيجيات السوق المستهدف	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
التاسع	3	التعرف على الاستراتيجيات المتبعة في المنظمات ومدى الاستفادة منها في المنظمات التسويقية مثل استراتيجيات Porter و	الفصل السابع: الاستراتيجيات المتبعة في المنظمات	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات

			Ansoff		
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	الفصل الثامن: استراتيجيات المزيج التسويقي	التعرف على الاستراتيجيات التي تستخدمها المنظمات في المزيج التسويقي	3	العاشر - الحادي عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	الفصل التاسع: استراتيجيات التسويق الرقمية	التعرف على الاستراتيجيات لتسويقية الرقمية	3	الثاني عشر - الثالث عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	الفصل العاشر: استراتيجيات الاسواق العالمية	بيان مفهوم التجارة الالكترونية والاستراتيجيات المتبعة في تسويق المنتجات الكترونياً	3	الرابع عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	الفصل الحادي عشر: استراتيجيات العلامة التجارية	التعرف على استراتيجيات العلامة التجارية	3	الخامس عشر
امتحان وتقارير عالية		امتحان شهري 2			السادس عشر

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد مقر منهجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية ان وجدت)
محمد عبيدات، استراتيجيات التسويق (2022)	المراجع الرئيسية (المصادر)
مجموعة رسائل واطاريج جامعية 2025/ الجزائر	الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
رسائل واطاريج جامعية حديثة	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
https://www.iraqoj.net	
%20	نسبة تحديث الملهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

اسم وتوقيع صاحب المقرر

د. بشار ذاهر صالح

د. منذر خضر يعقوب



1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
التسويق الالكتروني/ المرحلة الرابعة	
2. رمز المقرر	
3. الفصل / السنة	
2025-2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2025/1/15	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضورى وتفاعلي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
3 ساعات (2) نظري (1) عملي	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) والنقب العلمي	
الاسم: أ.م محمد احمد محمود + م. سيف خالد زكريا الإيميل:	
Kmohamed_alhamamy@uomosul.edu.iq , saif_khalid@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	تزويد الطالب بالمعرفة الأساسية حول مفاهيم واستراتيجيات التسويق الإلكتروني، مع التركيز على استخدام الأدوات الرقمية الحديثة في الوصول إلى الأسواق المستهدفة. كما يسعى إلى تنمية مهارات الطالب في تحليل سلوك المستهلك الإلكتروني، وتصميم حملات تسويقية فعالة عبر الإنترنت، مع مراعاة الجوانب القانونية والأخلاقية ذات الصلة.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية:	<ol style="list-style-type: none"> 1. تقديم محاضرات نظرية مبسطة ومنظمة. 2. تحليل دراسات حالة واقعية لتطبيق المفاهيم. 3. تدريب عملي على أدوات التسويق الرقمي مثل Google Ads. 4. تفعيل التعلم التفاعلي من خلال النقاشات والأنشطة الجماعية. 5. تكليف الطلبة بمشاريع تطبيقية وعروض تقديمية.



6. إجراء اختبارات قصيرة وواجبات دورية لتعزيز المتابعة.

10. بنية المقرر

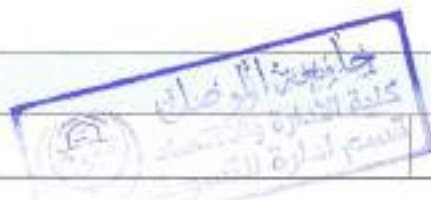
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	المعرفي	مفاهيم أساسية (الانترنت، التكنولوجيا، العولمة، الشبكات الاجتماعية)	نظري+ امثلة واقعية	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
2	3	المعرفي	الاعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية والحكومة الالكترونية	نظري+ امثلة واقعية	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
3	3	المعرفي	مفهوم التسويق الالكتروني، الأهمية، الاهداف والخصائص	نظري+ امثلة واقعية	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
4	3	المعرفي	عناصر المزيج التسويقي الالكتروني	عملي+ برامج اقرضية	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
5	3	المهارة	المتطلبات والتحديات في تطبيق التسويق الالكتروني	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
6	3	الوجداني	أدوات التسويق الالكتروني، المزايا والفوائد	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
7	3	النفسي الحركي	الاستراتيجيات الواجب اتباعها عند اختيار المنظمة للتسويق الالكتروني	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
8	3	المعرفي	وظائف التسويق الالكتروني	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
9	3	المهارة	مثلث نجاح التسويق الالكتروني	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
10	3	الوجداني	أسس اعداد خطة التسويق الالكتروني الاستراتيجية	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
11	3	النفسي الحركي	العوامل المؤثرة على تصميم وإنشاء المواقع الالكترونية و أنواع المواقع الالكترونية ومكوناته	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
12	3	المعرفي	التحليلات التنبؤية	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
13	3	المهارة	التسويق متعدد القنوات	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
14	3	الوجداني	التسويق النقال والتسويق الفيروسي والتسويق بالذكاء الاصطناعي	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
15	3	المعرفي	الامتحان الفصلي	نظري+ عملي	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفهية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)



	المراجع الرئيسية (المصادر)
	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
%15	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع


 د. محمد الصمد السامح
 14/11/2011

اسم وتوقيع صاحب المقرر


 د. بسيم طاهر الزبيدي
 14/11/2011


 الاستاذ المساعد الدكتور
 بشائر ذاكتر التويج

14/11/2011



الجامعة: الموصل
 الكلية: الإدارة والاقتصاد
 نموذج وصف المقرر
 القسم او الفرع: ادارة التسويق

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية:

التسويق السياحي والفندقي

2. رمز المقرر

AEMM2026-F411

3. الفصل / السنة

2026- 2025

4. تاريخ إعداد هذا الوصف

2026-2-1

5. أشكال الحضور المتاحة

اسبوعي

6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)

2 ساعة

7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي

الاسم: م. د. مها مصطفى جاكير الإيميل:

8. اهداف المقرر

اهداف المادة الدراسية

تعريف الطالب بالمهارات الادارية المطلوبة لادارة المنظما
 ت السياحية والفندقية وفهم المتطلبات التسويقية وجهودها ال
 متبولة من اجل بناء وبقاء المنظمة في السوق المضطربة.

9. استراتيجيات التعلم والتعلم

الاستراتيجية:

ايصال المفاهيم الاكاديمية والعملية لبناء علمي وفلسفي لادارة ا
 لمنظمات السياحية والفندقية في البيئة المضطربة.

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2 ساعة	نظرية وعملية	مقدمة في التسويق السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير+ حضور
2	2ساعة	نظرية وعملية	السوق السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير+ حضور
3	2ساعة	نظرية وعملية	المزيج التسويقي ال سياحي	محاضرة ، مناقشة عرض نظرية وعملية وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير+ حضور

4	2 ساعة	نظرية وعملية	عناصر الترويج ال سياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
5	2 ساعة	نظرية وعملية	التسويق السياحي ا لالكتروني	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
6	2 ساعة	نظرية وعملية	التسويق الفندقى	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
7	2 ساعة	نظرية وعملية	انواع السياحة	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
8	2 ساعة	نظرية وعملية	البيات وطرق الجذ ب السياحي والفنذة ي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
9	2 ساعة	نظرية وعملية	المنافسة في التسوي ق السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
10	2 ساعة	نظرية وعملية	الفرص والتحديات في التسويق السياح ي والفندقى	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
11	2 ساعة	نظرية وعملية	استراتيجيات التسو يق السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
12	2 ساعة	نظرية وعملية	المستهلك السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
13	2 ساعة	نظرية وعملية	ادارة المنظمات ال سياحية والمحتوى ا لالكتروني	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
14	2 ساعة	نظرية وعملية	معارف التسويق ا لسياحي والفندقى	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
15	2 ساعة	نظرية وعملية	امتحان	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور



11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

حضور الطلبة 10 درجات + مشاركات الطلبة 5 درجات + تقارير 5 درجات + امتحان 20 درجة + امتحان نهائى الكورس 60 درجة.

اعتماد أسلوب التحضير اليومي والمشاركات التفاعلية والتقارير واجراء الامتحانات لزيادة الفهم لدى الطلبة .

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
الرسائل والاطاريح المتاحة على شبكة الانترنت	المراجع الرئيسية (المصادر)
حالات دراسية والتقارير	الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)

المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	مواقع الانترنت
نسبة تحديث المنهاج	%13.3

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع
الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاكز القويحي

اسم وتوقيع صاحب المقرر
د. مها مصطفى



القسم او الفرع: إدارة التسويق

نموذج وصف المقرر
الكلية: الإدارة والاقتصاد

الجامعة: الموصل

١. اسم المقرر والمرحلة الدراسية

التسويق الصناعي

٢. رمز المقرر

AEMM26-F000

٣. الفصل / السنة

٢٠٢٦-٢٠٢٥

٤. تاريخ إعداد هذا الوصف

٢٠٢٥/٩/١

٥. أشكال الحضور المتاحة

حضور

٦. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)

٢

٧. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي

الإيميل: younis_alnuaimy@uomosul.edu.iq

الاسم: د. يونس احمد خليل النعيمي

٨. اهداف المقرر

اهداف المادة الدراسية

احاطة الطلبة بالجوانب المرتبطة بالتسويق الصناعي وفهم سلوك الزبون الصناعي وتجزئة السوق الصناعي وسلوك الزبون الصناعي وبيان خصائص السلع الصناعية ومراحل عمليات الشراء للسلع الصناعية وطرق تسعيرها وقنواتها بما يضمن الفهم الكامل لاستراتيجاته

٩. استراتيجيات التعلم والتعلم

الاستراتيجية:

وفق ما مقرر من وحدات وموضوعات بشكلها المتسلسل والمنطقي ستنهم في زيادة الفهم ومعرفة ما يخطط وبماذا يفكر المستهلك الصناعي به قبل اتخاذ قرار الشراء وبعده من المحافظة عليه واستمرا وتكرار عملية الشراء.

١٠. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
١	٣	معرفة ونظرية	مفهوم واهمية التسويق الصناعي	واجبات يومية نظرية	امتحان ومشاركات
٢		معرفة ونظرية	اختلافات التسويق الصناعي والتسويق للمستهلك	واجبات يومية نظرية	امتحان ومشاركات
		معرفة ونظرية	تجزئة السوق الصناعية	واجبات يومية نظرية	امتحان ومشاركات



امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	خصائص السلع الصناعية ومرحل الشراء للمنتجات الصناعية	معرفية ونظرية	٤
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	اهداف دراسة سلوك الزبون الصناعي	معرفية ونظرية	٥
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	المنتج الصناعي (مفهوم وابعاد ودورة حياة المنتج الصناعي).	معرفية ونظرية	٦
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	تسعير المنتجات الصناعية	معرفية ونظرية	٧
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	توزيع المنتجات للصناعية	معرفية ونظرية	٨
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	ترويج المنتجات الصناعية	معرفية ونظرية	٩
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	نظم معلومات التسويق الصناعي	معرفية ونظرية	١٠
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	مفهوم سلوك الزبون الصناعي الدولي	معرفية ونظرية	١١
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	العوامل المؤثرة في سلوك الزبون الدولي	معرفية ونظرية	١٢
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	خصائص وسلوك الزبون الصناعي ا	معرفية ونظرية	١٣
امتحان ومشاركات	واجبات يومية نظرية	تعديل وتغير الاتجاهات الزبون الصناعي	معرفية ونظرية	١٤
		امتحان فصلي		١٥

١١. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

توزيع الدرجة من ١٠٠ على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفهية والشهوية والتحريرية والتقارير... الخ

١٢. مصادر التعلم والتدريس

التسويق الصناعي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية ان وجدت)
محمود جاسم الصميدعي / ردينة عثمان	المراجع الرئيسية (المصادر)
بحوث ومواقع اكااديمية	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
منهج جديد	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
	نسبة تحديث المنهاج





اسم وتوقيع صاحب المقرر

د. يونس المراد

اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار عزيز القويحي

