

نموذج وصف المقرر

القسم او الفرع: إدارة التسويق

الكلية: الإدارة والاقتصاد

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	التسويق العالمي
2. رمز المقرر	AEMM25_F301
3. الفصل / السنة	فصلي
	2026-2025
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	2025/9/1
5. أشكال الحضور المتاحة	حضور
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية) 3 وحدات	2
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	الاسم: هند خضر احمد القيسي الإيميل: hend_79@uomosul.edu.iq
8. اهداف المقرر	اهداف المادة الدراسية تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بماهية ومفهوم التسويق العالمي في مجال المنتجات، وكيف يمكن للطالب ان يحدد طبيعة ادوات التسويق العالمي .
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	أ- المعرفة والفهم 1- المفاهيم الاساسية للتسويق العالمي. 2- اطلاع الطالب على الانظمة الفرعية للتسويق العالمي . 3- دور الانظمة الفرعية في تحقيق اهداف المنظمة في البقاء والنمو . ويتم 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. طريقة الواجبات اليومية.
10. بنية المقرر	



الأسبوع	السا عا ت	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	ادراك مفهوم التسويق العالمي	مفهوم التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
2	3	فهم اهداف التسويق العالمي	اهداف التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
3	3	التعرف على اهمية التسويق العالمي	اهمية التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
4	3	فهم الفرق بين التسويق العالمي والتسويق المحلي	الفرق بين التسويق العالمي والتسويق المحلي	محاضرة	تقييم شفهي
5	3	ادراك ادوات التسويق العالمي	ادوات التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
6	3	فهم البيئة التسويقية	البيئة التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
7	3	ادراك مبررات التحول الى التسويق العالمي	مبررات التحول الى التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
8	3	فهم العوامل المؤثرة في التسويق العالمي	العوامل المؤثرة في التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
9	3	ادراك اليات التسويق العالمي	اليات التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
10	3	فهم متغيرات البيئة التسويقية العالمية	متغيرات البيئة التسويقية العالمية	محاضرة	تقييم شفهي
11	3	ادراك المزيج التسويقي العالمي للسلع	المزيج التسويقي العالمي للسلع	محاضرة	تقييم شفهي
12	3	فهم المزيج التسويقي العالمي الخدمي	المزيج التسويقي العالمي الخدمي	محاضرة	تقييم شفهي
13	3	ادراك الوسطاء في التسويق العالمي	الوسطاء في التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
14	3	فهم تحديات التسويق العالمي	تحديات التسويق العالمي	محاضرة	تقييم شفهي
15	3	امتحان نهاية الكورس	امتحان نهاية الكورس	محاضرة	امتحان

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	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
Azarian E.M., Shubin A.A., Zhukov N.L. International Marketing. – Kiev: NMTSVO ME and S of Ukraine. Studtsentr, 2005.. 2. Cateora, Philip R. International marketing/Philip R. Cateora, Mary C. Gilly, John L.	المراجع الرئيسية (المصادر) 

Graham. — McGraw-Hill, Boston 15th ed.,	
	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير....)
	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
%15	نسبة تحديث المنهاج

أ.م.د. بشار ذاك صالحي القوطجي
اسم وتوقيع رئيس القسم

اسم وتوقيع صاحب المقرر
م. د. هادي هادي



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

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
بحوث التسويق / المرحلة الثالثة	
2. رمز المقرر	
AEMM 25-M204	
3. الفصل / السنة	
2025-2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
5-5-2025	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضور اسبوعي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
3 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
الاسم : ا.م.د. منال عبد الجبار السماك الاسم: م.د. يونس احمد النعيمي الايمل : manal_abdulgabar@uomosul.edu.iq الايمل: yonis_alnuamy@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
تعريف الطالب بالمبادئ العلمية الأساسية لبحوث التسويق ومهارات تحديد المشكلات التسويقية ومسبباتها بهدف التعرف على البدائل الممكنة للحل والالمام بصياغة الفرضيات واعداد استمارات الاستبيان وطرق القياس والتحليل وكتابة التقرير النهائي لاتخاذ القرارات التسويقية في ضوء التوصيات والنتائج المستحصلة من البحث التسويقي	اهداف المادة الدراسية

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

الاستراتيجية:

تعريف الطالب بالمبادئ العلمية الأساسية لبحوث التسويق ومهارات تحديد المشكلات التسويقية ومسبباتها بهدف التعرف على البدائل الممكنة للحل.

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3 ساعات	نظرية وعملية	مقدمة في بحوث التسويق	المحاضرة المناقشة، العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
2			تنظيم البحث التسويقي		
3			بيئة بحوث التسويق		
4			اعداد استمارة الاستبيان		
5			أنواع العينات في بحوث التسويق		
6			طرق وأساليب تحديد حجم العينة		
7			تحليل ومراجعة وتفسير البيانات التسويقية		
8			اعداد البحوث التسويقية		
9			مراجعة البيانات المحصلة من البحث التسويقي		
10			اعداد وتقديم التقرير النهائي		
11			المهارات المطلوبة في البحث التسويقي		
12			اثر ثبات وصدق الاستبانة على النتائج النهائية للبحث		
13			تحليل البيانات التسويقية		
14			الجهات المسؤولة عن التسويق الدولي		
15			امتحان فصلي		

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

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

12. 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 السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مواقع الانترنت	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
13,3 %	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذكور النويجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

ا.م.د. منال عبد الجبار السماك

م.د. يونس احمد النعيمي



نموذج وصف المقرر

القسم او الفرع: التسويق

الكلية: الإدارة والاقتصاد

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
سلوك مستهلك / المرحلة الثالثة	
2. رمز المقرر	
AEMM25_F303	
3. الفصل / السنة	
2026-2025	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2025/9/1	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضورية	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
(2) ساعة اسبوعيا	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
الاسم: م.م. ياسر محمد ابراهيم الإيميل: Yasser.ibraheem@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	التعرف على اهم الجوانب المرتبطة بسلوك المستهلك وماهي الجوانب النفسية المرتبطة بالمستهلك كحاجاته ودوافعه والجوانب الشخصية المرتبطة به في سبيل تقديم سلع او خدمات تلبي هذه الجوانب وتعمل على تحقيق رضاه ، وماهي اهم التحديات التي تواجه المنظمة في الوصول الى هذا الرضا وتحقيق نجاح المنظمة.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية:	سلوك المستهلك هو علم يُعنى بدراسة ؛ كيف يشتري الأفراد، وماذا يشترون ومن أين ولماذا يقومون بالشراء ، هذا العلم - على الرغم من أنه الآن أحد مجالات علم التسويق المهمة التي تمارسها المنظمات والتي يجب ان يتعرف عليها الطلبة في دراستهم ضمن اختصاص كلية الادارة جامعة الموصل قسم ادارة التسويق . تحتوي هذه المادة على 15 وحدة) ، يتم إعطاء وحدة واحدة (موضوع (واحد) في المحاضرة علماً أن كل

أسبوع يحتوي محاضرة واحدة فقط على أن يكون عدد الأسابيع (15) أسبوعا للكورس ككل

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2		مدخل الى سلوك المستهلك مفهوم سلوك المستهلك	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
2	2		اسباب دراسة سلوك المستهلك، انواع القرارات الشرائية للمستهلك النهائي	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
3	2		ابعاد سلوك المستهلك والمتمدخلون في عملية الشراء ،	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
4	2		العوامل المؤثرة على المستهلك النهائي بالنسبة للفرد والمثير	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
5	2		مراحل اتخاذ القرار الشرائي	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
6	2		العوامل المحددة لقرار الشراء للمستهلك النهائي	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
7	2		امتحان فصلي		
8	2		الحاجات ونظرياتها الشخصية ونظرياتها	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
9	2		التعلم ونظرياته وحالات دراسية في سلوك المستهلك	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
10	2		الادراك والاتجاهات والتعلم	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
11	2		نماذج سلوك المستهلك	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
12	2		استراتيجيات تعديل وتغيير الاتجاهات	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
13	2		الاسرة والطبقات الاجتماعية	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
14	2		انواع الاسرة وخصائص الطبقات الاجتماعية	محاضرة حضورية	مشاركات يومية او امتحان يومي
15	2		امتحان فصلي		

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

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذكور النورجي

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

م. م ياسر محمد ابراهيم
اسم وتوقيع صاحب المقرر



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

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية					
إدارة المخاطر التسويقية					
2. رمز المقرر					
AEMM25_F304					
3. الفصل / السنة					
الكورس الأول / 2025-2026					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
1/10/2025					
5. أشكال الحضور المتاحة					
حضور في القاعات الدراسية وعبر منصات Google Meet من خلال محاضرات بصيغ PDF و Power Point					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)					
2 ساعة أسبوعياً					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي					
الاسم: م.م. مصطفى فيصل سعيد			الإيميل: mustafa.alhamdani@uomosul.edu.iq		
الاسم: م.م. علي سعد عائد			الإيميل: ali.aaed@uomosul.edu.iq		
الاسم : م.د بهاء حبيب محمود			الإيميل : baha_habeb@uomosul.edu.iq		
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية			تعريف الطالب بماهية المخاطر التسويقية وماهي أنواع المخاطر المحتملة التي تتعرض لها فضلاً عن اهم الأدوات و الاليات و الاستراتيجيات التي تقلل من الاثار السلبية للمخاطر التسويقية او تقضي عليها تماماً		
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
الاستراتيجية:			المحاضرات الحضورية و الالكترونية عبر المنصات التعليمية Google Classroom		
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	توضيح مفهوم الخطر	مفهوم الخطر وادارته	واجبات يومية نظرية	امتحانات

2	2	التعرف على أنواع الخطر	أنواع الخطر	واجبات يومية نظرية	امتحانات
3	2	كيفية تحليل المخاطر	تحليل المخاطر في منظمات الاعمال	واجبات يومية نظرية	امتحانات
4	2	مدخل الى المخاطر التسويقية	مفهوم المخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
5	2	شرح أدوات الخطر	مفهوم الخطر واثاره	واجبات يومية نظرية	امتحانات
6	2	توضيح مراحل إدارة المخاطر	دورة إدارة المخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
7	2	توضيح مكونات ادارة المخاطر	خصائص و مكونات المخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
8	2	محددات المخاطر التسويقية	تحديد و تحجيم المخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
9	2	استراتيجيات المخاطر التسويقية	شرح استراتيجيات المخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
10	2	ماهي ادوات التصدي للمخاطر التسويقية	ادوات التصدي للمخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
11	2	ماهي أدوات التصدي للمخاطر التسويقية	أدوات التصدي للمخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
12	2	ما هي ابعاد المخاطر التسويقية	ابعاد المخاطر التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
13	2	توضيح الفرص التسويقية	الفرص التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
14	2	محددات الفرص التسويقية	ماهي محدثات الفرص التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات
15	2		امتحان فصلي		

11. تقييم المقرر وتقسيماات 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)	إدارة المخاطر التسويقية / الطائي ، يوسف حجيم و الحمداني ، علاء عبد السلام 2025
---	---

المراجع الرئيسية (المصادر)	محاضرات في إدارة المخاطر / بن زيد فتحي/ رسالة ماجستير دور العلاقات العامة في التعامل مع المخاطر التسويقية/ جربلو ياسين / رسالة ماجستير
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)	
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	
نسبة تحديث المنهاج	

اسم وتوقيع صاحب المقرر

م.م. ع.م. ز.م. م.
م.م. ع.م. ز.م. م.
م.م. ع.م. ز.م. م.

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاك التويجى



نموذج وصف المقرر

الكلية: الإدارة والاقتصاد

القسم او الفرع: ادارة تسويق

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية :

تسويق ريادي / المرحلة الثالثة

2. رمز المقرر

AEMM18_M305

3. الفصل / السنة :

الكورس الاول / 2025-2026

4. تاريخ إعداد هذا الوصف

2026/10/1

5. أشكال الحضور المتاحة

قوائم الحضور

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

عدد الساعات الاجمالية 30 عدد الوحدات 2

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

الإيميل: omar.yaseen@uomosul.edu.iq

الاسم: السيد عمر ياسين محمد / استاذ مساعد

8. اهداف المقرر

اهداف المادة الدراسية

1. جعل الطلاب يتمكنون من البحث في مجال التسويق الريادي والريادة التسويقية
2. تزويد الطلاب بمعرفة ابعاد التسويق الريادي .
3. تنمية المعرفة والمهارات والتصور المتكامل لمختلف لاستراتيجيات التسويق الريادي

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

الاستراتيجية:

- محاضرات
- عروض تقديمية
- واجبات منزلية
- مناقشات
- اختبارات يومية
- اسئلة الفكرية

10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	ادراك نشأة التسويق الريادي	نشأة التسويق الريادي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
2	2	توضيح مفهوم واهداف التسويق الريادي	مفهوم التسويق الريادي واهميته واهدافه	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
3	2	تحديد اهم خصائص واستراتيجيات التسويق الريادي	خصائص التسويق الريادي واستراتيجياته	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
4	2	بيان الاختلاف بين التسويق الريادي والتسويق التقليدي	الفرق بين التسويق الريادي والتسويق التقليدي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
5	2	توضيح اشكال التسويق الريادي	اشكال التسويق الريادي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
6	2	تحديد اهم ابعاد التسويق الريادي	ابعاد التسويق الريادي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
7	2	رسم وبيان عناصر مزيج التسويق الريادي	عناصر مزيج وتقنيات التسويق الريادي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
8	2	امتحان منتصف الفصل			
9	2	بيان تطبيق التسويق الريادي	تطبيق التسويق الريادي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
10	2	شرح التسويق الريادي في ظل البيئة العالمية	التسويق الريادي في ظل البيئة العالمية	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
11	2	شرح اهم سلوكيات التسويق الريادي	سلوكيات التسويق الريادي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
12	2	بيان العلاقة بين التسويق الريادي والاستراتيجيات التسويقية	التسويق الريادي والاستراتيجيات التسويقية	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
13	2	توضيح العلاقة بين التسويق	التسويق الريادي والاداء التسويقي	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي

			الريادي والاداء التسويقي		
مشاركة يومية او امتحان يومي	محاضرة	العلاقة بين التسويق الريادي ووسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا	شرح العلاقة بين التسويق الريادي ووسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا	2	14
			الامتحان النهائي	2	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

امتحان 20 حضور 5 واجبات 5 تقارير 10

60 امتحان نهاية الفصل

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)

المراجع الرئيسية (المصادر)

1. التميمي، محمد عبد الرحمن، دور ابعاد التسويق الريادي في تعزيز الاستراتيجيات التسويقية "دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء الاقسام والشعب والمعاونين في عدد من مصارف مدينة زاخو"، 2016.
 2. الصيرفي، محمد عبد الوهاب، عبد الفتاح، عصام عطية & ،علام، رحاب السيد السيد. (2020). ريادة الأعمال (المفهوم والنشأة والأهمية)- دراسة تحليلية .مجلة كلية التربية بالعريش ،
 3. فاخر، رويدة طارق،(2013)، أثر تبني عمليات التسويق الريادي في تحقيق مقدرات الإبداع الاستراتيجي، رسالة ماجستير ، جامعة كربلاء
- صالح، سليمان، صادق، (2018)، قياس مكانة عمليات التسويق الريادي في منظمات الأعمال الصغيرة -دراسة استطلاعية في عينة من مصانع المياه المعدنية في إقليم كردستان العراق. مجلة جامعة كربلاء العلمية .-

4. المعلواني ، لؤي غالب ، (2020)، اثر التسويق الريادي على الميزة التنافسية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجمع الملك حسين للأعمال ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط. 5. قادر، رائد محمد حسن، (2017)، أثر علاقة القيادة الاستراتيجية و الذكاء التسويقي في تبني سلوكيات التسويق الريادي، اطروحة دكتوراة ، جامعة الموصل. 6. الصافي، وسام سامي علي ،(2022)،واقع تطبيق التسويق الريادي وتأثيره على اداء الاعمال الصغيره والمتوسطة في فلسطين ، رسالة ماجستير ، جامعة القدس . 7. Saren, M. and Elliott, R. (eds.) (2013)Contemporary issues in strategic .i marketing. London: Routledge مقالات وبحوث مختلفة تخص ريادة الاعمال والتسويق الريادي	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير....)
	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
10%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع
أ.م. د بشار ذاكتر القوطجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر
أ.م. عمر ياسين محمد



1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
اساسيات الانترنت	
2. رمز المقرر	
AEMM18_M308	
3. الفصل / السنة	
2026/2025	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2026/2/1	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضور، الشاشة التفاعلية، CLASS ROOM	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
4	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
الاسم: م.م. هديل احمد خلف الإيميل: hadeel.aldulaimi@uomosul.edu.iq	
الاسم : مريم اياد	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية -فهم مفاهيم أساسية : تعريف الإنترنت الشبكات بروتوكولات الاتصال) مثل (TCP/IP ، الخوادم، العملاء، عناوين Domains). النطاقات IP -استخدام المتصفحات : التنقل بين المواقع الإلكترونية، استخدام محركات البحث) مثل Google (Bing، حفظ الإشارات المرجعية، إدارة علامات التبويب. -البحث عن المعلومات : استخدام الكلمات المفتاحية التصفية والفرز للنتائج، التحقق من مصداقية المعلومات. -البريد الإلكتروني : إنشاء حساب بريد إلكتروني، كتابة رسائل البريد الإلكتروني، إرسال واستقبال المرفقات إدارة صندوق البريد. -الأمان على الإنترنت : مخاطر الإنترنت (الاحتيال، الفيروسات التنمر الإلكتروني، حماية الخصوصية، كلمات المرور القوية التعامل مع الرسائل غير المرغوب فيها. (spam) -مواقع التواصل الاجتماعي : فهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الآثار الإيجابية والسلبية، الاستخدام المسؤول (اختياري، حسب المستوى العمري) -الآداب الإلكترونية : اتباع قواعد السلوك الجيد على الإنترنت احترام الآخرين، عدم نشر معلومات شخصية حساسة	
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	

الاستراتيجية:					
المحاضرات التفاعلية، العروض التقديمية، التمارين العملية، المناقشات الجماعية، المهام الفردية، واستخدام الوسائط المتعددة.					
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	4	مقدمة في شبكات الانترنت وتطوير الشبكات	شبكات الانترنت وتطوير الشبكات	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
2	4	التعرف على أنواع الشبكات من حيث طريقة التوصيل والتعرف على التطورات الحديثة في مجال تقنيات الشبكات السلكية وأجهزة الشبكة	أنواع الشبكات من حيث طريقة التوصيل والتطورات الحديثة في مجال تقنيات الشبكات السلكية وأجهزة الشبكة	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
3	4	مقدمة عن الانترنت ومكونات الانترنت	الانترنت ومكونات الانترنت	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
4	4	التعرف على طرق الاتصال بالانترنت وشبكات الند للند (peer-to-peer-p2p) وشبكة الخادم /الزبون (Client-Server)	طرق الاتصال بالانترنت وشبكات الند للند (peer-to-peer-p2p) وشبكة الخادم /الزبون (Client-Server)	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
5	4	التعرف على بروتوكول الانترنت وعناوين الأجهزة واستخدام متصفحات البحث عن المعلومات وتقييم مصادر المعلومات	بروتوكول الانترنت وعناوين الأجهزة واستخدام متصفحات البحث عن المعلومات وتقييم مصادر المعلومات	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
6	4	التعرف على الحوسبة السحابية	الحوسبة السحابية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
7	4	التعرف على المصطلحات الرئيسية المتعلقة بالانترنت وانترنت اكسبلورر والفرق بين مختلف توصيلات وفتح وغلق الانترنت	المصطلحات الرئيسية المتعلقة بالانترنت وانترنت اكسبلورر والفرق بين مختلف توصيلات وفتح وغلق الانترنت	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
8	امتحان شهري 1				
9	4	التعرف على استخدام واجهة تطبيق انترنت اكسبلورر واستخدام وتخصيص اشرطة الأدوات في انترنت اكسبلورر	استخدام واجهة تطبيق انترنت اكسبلورر واستخدام وتخصيص اشرطة الأدوات في انترنت اكسبلورر	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات

10	4	التعرف على البريد الإلكتروني وإدارة حساب البريد الإلكتروني	البريد الإلكتروني وإدارة حساب البريد الإلكتروني	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
11	4	التعرف على قانون الانترنت	قانون الانترنت	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
12	4	التعرف على اهم الإيجابيات السلبية في الاستخدام الأمثل للانترنت	اهم الإيجابيات السلبية في الاستخدام الأمثل للانترنت	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
13	4	التعرف على الآثار الاجتماعية والصحية والنفسية في الاستخدام السلبي للانترنت على الحياة والمجتمع	الآثار الاجتماعية والصحية والنفسية في الاستخدام السلبي للانترنت على الحياة والمجتمع	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
14	4	التعرف على مجالات استخدام الانترنت	التعرف على مجالات استخدام الانترنت	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
15	امتحان شهري 2				تقارير علمية وامتحان

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)	كتاب ؛ الكتاب المنهجي /وزارة التعليم العالي والبحث العلمي اساسيات الحاسوب (الجزء الرابع)
المراجع الرئيسة (المصادر)	
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)	مواقع الانترنت التعليمية .والفيديوهات التعليمية
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	
نسبة تحديث المنهاج	

أ.م.د. بشار ذاك صالحي القوطجي
اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

جامعة بغداد
كلية الادارة والاقتصاد
قسم الادارة

اسم وتوقيع صاحب المقرر
م.م. هديل احمد خلف

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	انظمة معلومات تسويقية
2. رمز المقرر	AEMM25_f307
3. الفصل / السنة	فصلي
2026-2005	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	2026/1/28
5. أشكال الحضور المتاحة	حضورى
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية) 3 وحدات	
2	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
الاسم: هند خضر احمد القيسي	الإيميل: hend_79@uomosul.edu.iq
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بماهية ومفهوم نظم المعلومات التسويقية في مجال المنتجات، وكيف يمكن للطالب ان يحدد طبيعة انظمة المعلومات التسويقية .	
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
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 . ويتم اعتماد مجموعة من طرق التعليم لتحقيق ذلك من خلال 3- طريقة التعلم التعاوني من خلال إجابة الطلاب على استفسارات التدريسي وزملائهم الطلبة. 4- طريقة المناقشة. طريقة الواجبات اليومية.	
10. بنية المقرر	

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	ادراك مفهوم انظمة المعلومات التسويقية	مفهوم انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
2	3	فهم اهداف انظمة المعلومات التسويقية	اهداف انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
3	3	التعرف على اهمية انظمة المعلومات التسويقية	اهمية انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
4	3	فهم الفرق بين انظمة المعلومات التسويقية والتسويق المحلي	الفرق بين انظمة المعلومات التسويقية والتسويق المحلي	محاضرة	تقييم شفهي
5	3	ادراك ادوات انظمة المعلومات التسويقية	ادوات انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
6	3	فهم البيئة التسويقية	البيئة التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
7	3	ادراك مبررات التحول الى انظمة المعلومات التسويقية	مبررات التحول الى انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
8	3	فهم العوامل المؤثرة في انظمة المعلومات التسويقية	العوامل المؤثرة في انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
9	3	ادراك اليات انظمة المعلومات التسويقية	اليات انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
10	3	فهم متغيرات البيئة التسويقية العالمية	متغيرات البيئة التسويقية العالمية	محاضرة	تقييم شفهي
11	3	ادراك المزيج التسويقي العالمي للسلع	المزيج التسويقي العالمي للسلع	محاضرة	تقييم شفهي
12	3	فهم المزيج التسويقي العالمي الخدمي	المزيج التسويقي العالمي الخدمي	محاضرة	تقييم شفهي
13	3	ادراك الوسطاء في انظمة المعلومات التسويقية	معمارية انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
14	3	فهم تحديات انظمة المعلومات التسويقية	تحديات انظمة المعلومات التسويقية	محاضرة	تقييم شفهي
15	3	امتحان نهاية الكورس	امتحان نهاية الكورس	محاضرة	امتحان

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	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
	المراجع الرئيسية (المصادر)

	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
https://friends4ever100.mam9.com/t841-topic2023-03-12 https://www.l-expert-comptable.com/a/534055-qu-est-ce-que-le-marketing.html 2023-05-12 https://specialties.bayt.com/ar/specialties/q/359165 2023-05-22 / https://www.univ-oran2.dz/images/these_memoires/FSC/Magister/TMSC-27/docx	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
15%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع
الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويحي

اسم وتوقيع صاحب المقرر
م. د. هند فوزي الحمد



نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر	
إدارة المعرفة التسويقية	
2. رمز المقرر	
AEM26_F308	
3. الفصل / السنة/	
الكورس الثاني / الدراسات الأولية (ثالث) / 2025-2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2026/1/26 بدء الكورس 2025/12/26	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضور في القاعات الدراسية وعبر منصة google meet. خلا محاضرات الكترونية بصيغة PowerPoint و pdf	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي)/ عدد الوحدات (الكلي)	
2 ساعة أسبوعيا	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)	
الاسم: ا.م.د. منال السماك الأيميل : manal_abdulgabar@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	تعريف الطالب بالمبادئ العلمية والأساسية لإدارة المعرفة التسويقية ومهارات المسوقين في ادارة الازمات وتحديد المشكلات التسويقية ومسبباتها بهدف دعم منظمات الاعمال على نحو عام والتسويقية على نحو خاص وتعزيز مكانتها التنافسية، واكتساب المعرفة والمهارة في تحديد انماطها وسبل تطبيقها في المنظمات عامة والتسويقية خاصة.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية	المحاضرات الحضورية والالكترونية عبر منصة Google classroom

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
الاول	2	توضيح مفهوم المعرفة	مقدمة في إدارة المعرفة	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثاني	2	ماهي نماذج إدارة المعرفة	نماذج إدارة المعرفة	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثالث	2	توضيح مفهوم المعرفة التسويقية	مفهوم المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الرابع	2	ماهي فوائد المعرفة التسويقية	فوائد المعرفة التسويقية وفرص تطبيقها	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الخامس	2	توضيح أنماط المعرفة التسويقية	انماط المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
السادس	2	ماهي ابعاد المعرفة التسويقية	الابعاد الرئيسية والفرعية لإدارة المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
السابع	2	العوامل التي تؤثر على المعرفة التسويقية	العوامل المؤثرة على استخدام المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثامن	2	استراتيجيات إدارة المعرفة	مفهوم ادارة المعرفة التسويقية واستراتيجياتها	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
التاسع	2	مقومات إدارة المعرفة	مقومات ادارة المعرفة التسويقية وابعادها	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
العاشر	2	عمليات إدارة المعرفة	عمليات ادارة المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الحادي عشر	2	توضيح العلاقة الترابطية تكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة	العلاقة الترابطية بين تكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثاني عشر	2	ما هو دور نظام المعلومات التسويقية في دعم إدارة المعرفة	دور نظام المعلومات التسويقي في ادارة المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات

الثلث عشر	2	ماهي المعرفة الاستراتيجية	تصميم استراتيجية ادارة المعرفة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الرابع عشر	2	كيفية تحليل الفجوة المعرفية	تحليل الفجوة المعرفية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الخامس عشر	2		امتحان فصلي		
11. تقييم المقرر					
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)					
المراجع الرئيسة (المصادر)			المعرفة التسويقية مدخل لإدارة الازمات التسويقية / ولاء جمال الدين النوري . إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية / بوركو عبد المالك / رسالة ماجستير		
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير)					
المراجع الإلكترونية			مواقع الانترنت		
نسبة تحديث المنهاج			12 %		

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع
ا.م.د. بشار ذاكر القوطجي

الاستاذ المساعد
بشار ذاكر القوطجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر
ا.م.د. منال عبد الجبار السماك

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

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية					
إدارة المنظمات التسويقية					
2. رمز المقرر					
AEMM23-F309					
3. الفصل / السنة					
2026-2025					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
2026-2-1					
5. أشكال الحضور المتاحة					
حضور اسبوعي					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)					
2ساعة					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي					
الاسم: م.م مريم اياد يوسف الإيميل: Maryam.ayad@uomosul.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية			تعريف الطالب بالمهارات الإدارية المطلوبة لإدارة المنظمات التسويقية وفهم المتطلبات التسويقية وجهودها المبذولة من اجل بناء وبقاء المنظمة في الاسواق المضطربة		
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
الاستراتيجية:			تمكين الطلبة لبناء علمي وفلسفي ومهاري لإدارة المنظمات التسويقية في البيئة المضطربة		
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	نظرية وعلمية	مقدمة في إدارة المنظمات التسويقية	المحاضرة، المناقشة، العرض، الوصف،	امتحان نظري+ مشاركات +تقارير +حضور
2	2	نظرية وعلمية	مدخل التسويق في المستشفيات	المحاضرة، المناقشة، العرض، الوصف،	
3	2	نظرية وعلمية	تسعير المنتجات الدوائية	المحاضرة، المناقشة،	

	العرض، الوصف				
4	2	نظرية وعلمية	بيئة التسويق الصحي والدوائي واستراتيجياته	المحاضرة، المناقشة العرض، الوصف	
5	2	نظرية وعلمية	التسويق المصرفي	المحاضرة المناقشة العرض الوصف	
6	2	نظرية وعلمية	مهام وواجبات إدارة التسويق في المصارف	المحاضرة المناقشة العرض الوصف	
7	2	نظرية وعلمية	البيئة المصرفية واستراتيجياتها	المحاضرة المناقشة العرض الوصف	
8	2	نظرية وعلمية	طرق التسعير المصرفي والياته	المحاضرة المناقشة العرض الوصف	
9	2	نظرية وعلمية	المدخل لشركات التأمين واهم أنشطتها التسويقية	المحاضرة المناقشة العرض الوصف	
10	2	نظرية وعلمية	اليات تسويق المنتجات التأمينية	المحاضرة المناقشة العرض الوصف	
11	2	نظرية وعلمية	إدارة التسويق في المصارف	المحاضرة، المناقشة العرض، الوصف	
12	2	نظرية وعلمية	التسويق الرقمي	المحاضرة، المناقشة العرض، الوصف	
13	2	نظرية وعلمية	اثر المنظمات الذكية في البيئة التسويقية	المحاضرة، المناقشة العرض، الوصف	
14	2	نظرية وعلمية	امتحان الفصل	المحاضرة، المناقشة العرض، الوصف	

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

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

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)

لا يوجد

المراجع الرئيسية (المصادر)	الرسائل و الاطاريح المتاحة على الشبكة الانترنت
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)	حالات دراسية والتقارير
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	مواقع الانترنت
نسبة تحديث المنهاج	15%

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع
أ.م.د. بشار ذاكِر صالح القوطجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر
م.م. مريم اياد يوسف



نموذج وصف المقرر

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

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
ادارة الجودة التسويقية / المرحلة الثالثة	
2. رمز المقرر	
AEMM26_F310	
3. الفصل / السنة	
2025-2026 / الفصل الثاني	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2026/2/1	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضورى، الشاشة التفاعلية، CLASS ROOM	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
4	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
أ.د. منذر خضر يعقوب monther_khuder@uomosul.edu.iq	
م.م. هديل احمد خلف الإيميل: hadeel.aldulaimi@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
- التعرف على مفهوم إدارة الجودة التسويقية وأهميتها في المنظمات المعاصرة. - فهم مبادئ وأبعاد الجودة ودورها في تحقيق رضا الزبائن. - تحليل العلاقة بين الجودة والأداء التسويقي والميزة التنافسية. - دراسة دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأنشطة التسويقية. - تنمية قدرة الطلبة على قياس جودة المنتجات والخدمات وتقييمها. - التعرف على المعايير والمواصفات القياسية وتأثيرها في القرارات التسويقية. - تعزيز مهارات الطلبة في تطبيق مفاهيم التحسين المستمر في المجال التسويقي.	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
تمكين الطلبة من معرفة استراتيجيات المزيج التسويقي، والتدريب على إعداد خطة تسويقية لتسويق المنتجات، والتعرف على الأسواق بمختلف أنواعها، وفهم مفهوم المكانة الذهنية للمنتجات في أذهان المستهلكين.	الاستراتيجية:

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / المساق أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
الأول	2	مفهوم ونشأة إدارة الجودة الترويجية	إدارة الجودة الترويجية (النشأة والمفهوم)	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثاني	2	التعرف على خصائص إدارة الجودة الترويجية	خصائص إدارة الجودة إدارة الجودة الترويجية الترويجية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثالث	2	التعرف على أبعاد إدارة الجودة الترويجية	أبعاد إدارة الجودة الترويجية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الرابع	2	التعرف على إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات التعليمية	إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات التعليمية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الخامس	2	التعرف على أهمية وأهداف وخصائص إدارة الجودة الترويجية	إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات التعليمية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
السادس	2	التعرف على إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات المصرفية	إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات المصرفية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
السابع	2	التعرف على أهمية وأهداف وخصائص إدارة الجودة الترويجية	إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات المصرفية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثامن	امتحان شهري 1				تقارير علمية وامتحان
التاسع	2	التعرف على إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات الصحية	إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات الصحية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
العاشر	2	التعرف على أهمية وأهداف وخصائص إدارة الجودة الترويجية	إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات الصحية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
العاشر	2	التعرف إدارة الجودة الترويجية في المؤسسات السياحية	إدارة الجودة الترويجية في السياحة	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات

الحادي عشر	2	التعرف على أهمية واهداف وخصائص ادارة الجودة التسويقية	ادارة الجودة التسويقية في المؤسسات السياحية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثاني عشر	2	التعرف على نماذج الجودة التسويقية	نماذج الجودة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الثالث عشر	2	التعرف على استراتيجيات ادارة الجودة التسويقية	استراتيجيات ادارة الجودة التسويقية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الرابع عشر	2	التعرف على ادارة الجودة التأمينية	ادارة الجودة التأمينية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الخامس عشر	2	التعرف على الاستراتيجيات وخصائص ادارة الجودة التأمينية	استراتيجيات وخصائص ادارة الجودة التأمينية	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات
الخامس عشر	امتحان شهري 2				امتحان وتقارير عملية

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 أن وجدت)
مجموعة بحوث إدارية وتسويقية عن ادارة الجودة التسويقية 2025-2020	المراجع الرئيسة (المصادر)
لا يوجد	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
www.amazon.com	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
20%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع
أ.م.د. بشار ذاك صالحي



اسم وتوقيع صاحب المقرر
أ.د. منذر خضر يعقوب
م. م. هديل احمد خلف

Handwritten signature of the instructor.

نموذج وصف المقرر

الكلية: الإدارة والاقتصاد

القسم او الفرع: ادارة تسويق

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية :	
ادارة التفاوض / المرحلة الثالثة	
2. رمز المقرر	
AEMM18_F311	
3. الفصل / السنة :	
الكورس الثاني /2025-2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2026/01 /26	
5. أشكال الحضور المتاحة	
قوائم الحضور	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
عدد الساعات الاجمالية 30 عدد الوحدات 2	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي	
الاسم: السيد عمر ياسين محمد /استاذ مساعد الإيميل: omar.yaseen@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
1. يهدف مقرر ادارة التفاوض الى تحويل الطالب من طالب ذات تفكير اعتيادي الى طالب مفاوض يمتلك المهارة على تحقيق منافع باقل خسائر . 2. تزويد الطلاب بمعرفة ادارة التفاوض . 3. تنمية مهارات التفاوض لدى الطالب	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
محاضرات - عروض تقديمية - واجبات منزلية - مناقشات - اختبارات يومية - اسئلة الفكرية	الاستراتيجية:

10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	ادراك مفهوم ادارة التفاوض	مفهوم ادارة التفاوض	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
2	2	توضيح الحاجة الى التفاوض	الحاجة الى التفاوض	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
3	2	تحديد اهم عناصر التفاوض	عناصر التفاوض	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
4	2	التعرف على شروط التفاوض	شروط التفاوض	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
5	2	التعرف على انواع التفاوض	انواع التفاوض	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
6	2	شرح عملية التخطيط للتفاوض	التخطيط للتفاوض	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي
7	2	تحديد اهم اهداف التفاوض	اهداف التفاوض	محاضرة	مشاركة يومية او امتحان يومي

		امتحان فصلي	امتحان فصلي	2	8
مشاركة يومية او امتحان يومي	محاضرة	الموقف التفاوضي	توضيح ضعف الموقف التفاوضي	2	9
مشاركة يومية او امتحان يومي	محاضرة	تعثر التفاوض	شرح تعثر التفاوض	2	10
مشاركة يومية او امتحان يومي	محاضرة	اساليب التفاوض	تحديد اهم اساليب التفاوض	2	11
مشاركة يومية او امتحان يومي	محاضرة	استراتيجيات التفاوض	شرح استراتيجيات التفاوض	2	12
مشاركة يومية او امتحان يومي	محاضرة	سياسات التفاوض	توضيح سياسات التفاوض	2	13
مشاركة يومية او امتحان يومي	محاضرة	تكتيكات التفاوض	شرح تكتيكات التفاوض	2	14
			الامتحان النهائي	2	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

امتحان 20 حضور 5 واجبات 5 تقارير 10

60 امتحان نهاية الفصل

12. مصادر التعلم والتدريس

	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
كتاب المقرر: مبادئ التفاوض ، د. محمد قدري حسن	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
أ.م. د بشار ذاكر القوطجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر
أ.م. عمر ياسين محمد



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

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية					
التطبيقات الإحصائية في التسويق / المرحلة الثالثة					
2. رمز المقرر					
AEMM25_F312					
3. الفصل / السنة					
2026-2025					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
2026/2/1					
5. أشكال الحضور المتاحة					
حضورية					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)					
2					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر) واللقب العلمي					
الاسم: علي سعد عائد الإيميل: ali.aaed@uomosul.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية			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		
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
الاستراتيجية:					
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	كيفية اجراء استبيان	الاستبيان	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
2	2	التعرف على البرنامج	نظرة عامة حول برنامج SPSS	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
3	2	كيفية التعامل مع متحولات البرنامج	تعريف المتغيرات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات

امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	القيم المفقودة	تحديد القيم المفقودة	2	4
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	تحليل الاستبيان	كيفية تحليل الاستبيان	2	5
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	التعرف على البيانات	تحليل البيانات وكيفية تنظيمها	2	6
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	القيم الشاذة والقيم المفقودة	كيفية التعامل مع القيم الشاذة والمفقودة	2	7
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	الاحصاء الوصفي	التعرف على الإحصاء الوصفي	2	8
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	الرسوم البيانية	التعامل مع الرسوم البيانية	2	9
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	معاملات الارتباط	إيجاد العلاقات الترابطية بين المتغيرات المدروسة	2	10
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	معاملات الانحدار	تشكيل معادلات بالعلاقات الناتجة	2	11
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	المخططات البيانية	التعامل مع المخططات ودلائلها	2	12
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	الاختبارات المعلمية والغير معلمية	ماهية الاختبارات المعلمية والغير معلمية	2	13
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحان فصلي		2	14

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)	
المراجع الرئيسة (المصادر)	التحليل الاحصائي للاستبيانات بأستخدام برنامج IBM SPSS Statistic غيث البحر و د. معن التنجي

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


 أ.م.د. بشار ذاكر صالح القوطجي
 اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع


 اسم وتوقيع صاحب المقرر
 د. علي سعد عار



1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية					
مناهج البحث العلمي / المرحلة الثالثة / الدراسة الصباحية والمسائية					
2. رمز المقرر					
AEMM25_F313					
3. الفصل / السنة (الفصل الدراسي الثاني / السنة الثالثة)					
2026-2025					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
2026/2/1					
5. أشكال الحضور المتاحة					
حضور الطلبة					
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. محمد محمود حامد الملاحسن الإيميل: Mohamed_almola@uomosul.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
يهدف هذا المقرر الدراسي الى تعليم الطالب كيفية كتابة بحث التخرج بالطريقة العلمية الصحيحة ابتداء من تحديد مشكلة البحث وانتهاء بكيفية كتابة الاستنتاجات والمقترحات وكذلك تعليم الطالب الطرق الصحيحة في تحديد المشاكل التسويقية وكيفية حلها من خلال البحث العلمي					
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
تعتمد استراتيجيات التعليم والتعلم في مقرر مناهج البحث العلمي على مزيج من الأساليب النظرية والتطبيقية، حيث تُستخدم المحاضرات التفاعلية لشرح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالبحث العلمي وأنواعه ومناهجه، إلى جانب التعلم القائم على المشروعات الذي يُكلف فيه الطلاب بإعداد خطة بحث متكاملة لتطبيق ما تعلموه عملياً. كما يُوظف التعلم التعاوني من خلال مناقشة أوراق بحثية ضمن مجموعات صغيرة، إضافة إلى تحليل دراسات حالة واقعية لتعميق الفهم المنهجي. وتشمل الاستراتيجيات أيضاً العروض الطلابية التي تُعزز مهارات العرض والنقد، واستخدام الموارد الرقمية لدعم التعلم الذاتي، مع دمج أنشطة صفية قصيرة لتطبيق المفاهيم بشكل فوري، فضلاً عن توفير إرشاد فردي وجماعي لتوجيه الطلاب خلال مراحل إعداد بحوثهم.					
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	النظرية والميدانية	مفهوم العلم والمعرفة وانواعها	اللقاء والمشاركة	الاسئلة اليومية
2	2	النظرية والميدانية	مفهوم البحث العلمي وانواعه	اللقاء والمشاركة	الاسئلة اليومية

الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	خطوات البحث العلمي (تحديد مشكلة البحث)	النظرية والميدانية	2	3
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	صياغة فرضية البحث وانواعها	النظرية والميدانية	2	4
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	المناهج المناسبة للعلوم الإدارية والمحاسبية	النظرية والميدانية	2	5
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	تجميع البيانات ووسائله	النظرية والميدانية	2	6
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	المقبلة الشخصية والمشاهدة والهاتف	النظرية والميدانية	2	7
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	استمارة الاستبيان	النظرية والميدانية	2	8
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	المجتمع الاحصائي والعينة	النظرية والميدانية	2	9
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	خطوات اختيار العينة	النظرية والميدانية	2	10
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	تنظيم صفحة عنوان البحث	النظرية والميدانية	2	11
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	طرق تثبيت الهوامش	النظرية والميدانية	2	12
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	اعداد قائمة المصادر	النظرية والميدانية	2	13
الاسئلة اليومية	اللقاء والمشاركة	استمارة الاستبانة الالكترونية	النظرية والميدانية	2	14
الاجابة النموذجية	اسئلة	الامتحان الفصلي	التقييم الفصلي	2	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)
اساسيات البحث العلمي في العلوم الإنسانية (الاقتصادية والإدارية والمحاسبية والمالية)	المراجع الرئيسية (المصادر)
	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
14%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور

بشار ذكاء كز الوائلي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

أ.م.د. محمد محمود حامد الملا حسن



1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
إدارة علاقات الزبائن	
2. رمز المقرر	
AEMM25_F410	
3. الفصل / السنة	
2025/2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2025/9/1	
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) واللقب العلمي	
أ.م محمد احمد محمود الحمامي الإيميل: mohamed_alhamamy@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	تهدف المادة الى التعريف 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 و التخزين 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	استراتيجيات وأدوات E- CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
12	3	المعرفي	طرق تنفيذ E- CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
13	3	المهارة	تدعيم تكنولوجيا المعلومات E- CRM	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
14	3	الوجداني	استعادة العملاء المفقودين	نظري	الأسئلة الشفهية والامتحانات اليومية والنقاش
15	3	المعرفي	الامتحان	نظري	

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)	
المراجع الرئيسة (المصادر)	المصادر الرئيسية: مجموعة محاضرات ابو بكر بو سالم، 2019 محاضرات في ادارة علاقات الزبائن 2021 م ، مجموعة مؤلفين
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)	
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	
نسبة تحديث المنهاج	15%

قسم او الفرع

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

الإستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاكز التومجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

محمد الصمد الحماوي
2021/10/11



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: دبشار ذاكر صالح الإيميل: bashar_thaker@uomosul.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية			يهدف المقرر الى اطلاع الطلبة على اخر المواضيع الحديثة في مجال التسويق وابعادها ومامدى أهميتها لواقع العمل التجاري وإمكانية تبنيها من خلال تناول مفاهيم تسويقية تحاكي العصر الحالي لتنمية مهارات وأفكار الطلبة .		
9. استراتيجيات التعليم 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 واهمية وعمليات استغلال الفرص التسويقية	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني
2	3		انواع 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	أهمية 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 والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)

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

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع
 الاستاذ المساعد الدكتور
 بشائر ذاك التويجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر
 الاستاذ المساعد الدكتور
 بشائر ذاك التويجي



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 أكثر من اسم يذكر)	
الاسم: م. سهم حازم نجيب الأيميل : saham_hazem@uomosul.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدرا تهدف المادة الى التعرف بالحزمة المكتبية (Microsoft Access) وكتساب الطالب المهارة في استخدام البرنامج والقدرة على تصميم قاعدة بيانات نموذجية تخدم ادارة التسويق وتدير خدمات الزبون	
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستماع الفعال نقد النفس تحليل المعلومات التذكر التنظيم توسيع اطلاع الطالب على مصادر منهجية مختلفة	الاستراتيجية
10. بنية المقرر	

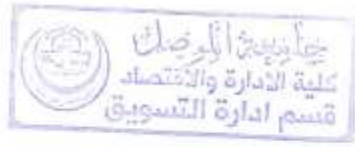
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	المهارة	مفهوم قاعدة البيانات التسويقية	جهاز عرض لوحة الكتابة	اختبار عملي
2	3	المعرفة	أهمية وأنواع قواعد البيانات التسويقية	طرقا تقليدية	اختبار نظري
3	3	الافكار	العلاقة بين قاعدة البيانات التسويقية و Access	المناقشة	اختبار الكتروني
4	3	الخبرة	قاعدة بيانات العملاء - التعريف بقواعد البيانات (الاهمية ، مكونات نظم قواعد البيانات)	طرح الاسئلة	الحضور
5	3	الممارسة	مقدمة تعريفية برنامج أكسس وطريقة التثبيت	المراجع	حلقات نقاشية
6	3	المهارة	مكونات النافذة الرئيسية	حل المشكلات	تقديم الواجبات
7	3	المعرفة	انشاء الجداول وخصائصها	التعاوني	تقديم التقارير
8	3	الافكار	أنواع البيانات وطريقة ادخال البيانات في الحقول	استخدام التكنولوجيا	اختبار عملي
9	3	الخبرة	أنواع العلاقات في أكسس (واحد-واحد)،(واحد-متعدد)،(متعدد —متعدد)	التعليم الإلكتروني	اختبار نظري
10	3	الممارسة	تطبيقات عملية لقواعد البيانات التسويقية	جهاز عرض لوحة الكتابة	اختبار الكتروني
11	3	المهارة	الاستعلامات في أكسس	طرقا تقليدية	الحضور
12	3	المعرفة	الاستعلامات في أكسس	المناقشة	حلقات نقاشية
13	3	الافكار	النماذج وطرق بنائها	طرح الاسئلة	تقديم الواجبات
14	3	الخبرة	التقارير في أكسس	المراجع	تقديم التقارير
15	3	الممارسة	تطبيقات عملية لقواعد البيانات التسويقية	حل المشكلات	اختبار عملي
16	3	المهارة	امتحان + مناقشة	جهاز عرض لوحة الكتابة	اختبار عملي

11. تقييم المقرر

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

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
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 زكاري الفوطي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

م.م. حازم نجيب



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

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية					
التسويق الزراعي / الرابعة					
2. رمز المقرر					
AEMM23-F404					
3. الفصل / السنة					
2024/2023					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
2023					
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. يونس احمد خليل النعيمي الإيميل: yonis_alnuamy@uomosul.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
يتطلب 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.					اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
اعتماد أسلوب التحضير اليومي والمشاركات التفاعلية والتقارير واجراء امتحانات لزيادة الفهم لدى الطلبة					الاستراتيجية:
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	بناء تصور نظري اولي عن المادة	مقدمة في التسويق الزراعي	محاضرات حضورية+كلاس روم	اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة
2	2	نظرية وعملية	خصائص المزيج التسويقي الزراعي إزاء التقليدي	محاضرات حضورية+كلاس روم	اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة

اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	استراتيجيات تسعير المنتج الزراعي	نظرية وعملية	2	3
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	استراتيجيات التوزيع (المكان)	نظرية وعملية	2	4
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	سلسلة القيمة واستراتيجية الترويج	نظرية وعملية	2	5
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	استراتيجية الموقف التنافسي	نظرية وعملية	2	6
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	استراتيجية الدليل المادي	نظرية وعملية	2	7
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	التسويق الالكتروني للمنتجات الزراعية	نظرية وعملية	2	8
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	معوقات وأخطاء التسويق الزراعي	نظرية وعملية	2	9
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	بحوث التسويق الزراعي	نظرية وعملية	2	10
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	الجهات المسؤولة عن التسويق الزراعي	نظرية وعملية	2	11
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	المقاييس المستخدمة في التسويق الزراعي	نظرية وعملية	2	12
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	الأسواق الزراعية	نظرية وعملية	2	13
اختبارات نظرية مشاركات حضور الطلبة	محاضرات حضورية+كلاس روم	تعبئة وتغليف المنتجات الزراعية	نظرية وعملية	2	14
		امتحان فصلي		2	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

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

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
جابر احمد بسيوني واخرون ،التسويق الزراعي والتحديات المعاصرة، دار الكتب الوطنية بنغازي ليبيا. 2023	المراجع الرئيسة (المصادر)
	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
شبكة الانترنت	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
مستحدثة	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

ا.م.د. بشار ذاكز القوطجي

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذاكز القوطجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

م.د. يونس احمد النعيمي

ا.م.د منال عبد الجبار السماك



الكلية: الإدارة والاقتصاد
 القسم او الفرع: إدارة التسويق

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر
 والمرحلة الدراسية

التسويق الدوائي / المرحلة الرابعة

2. رمز المقرر

3. الفصل / السنة

2025-2026 / الفصل الأول

4. تاريخ إعداد هذا الوصف 2025/10/1

5. أشكال الحضور المتاحة

حضورى وبوقت محدد

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

30 ساعة / 2 عدد وحدات

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

الاسم: د. ليلي جارا الله خليل الإيميل: layla-garallah@uomosul.edu.iq

8. اهداف المقرر

اهداف المادة الدراسية

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

الاستراتيجية:

العصف الذهني
 التعلم الجماعي

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	معرفي	تعريف التسويق الدوائي	المحاضرة	مشاركات
2	2	نظري	عوامل نجاح التسويق الدوائي	المناقشة	الحضور

3	2	عملي	انواع التبادل في السوق في الدوائية	طرح الاسئلة	امتحان يومي
4	2	معرفي	البيئة التسويقية الدوائية	المحاضرة	مشاركات يومية
5	2	نظري	البيئة التكنولوجية والسياسية	طرح الاسئلة	الحضور
6	2	عملي	البيئة الاقتصادية	المحاضرة	سلوك
7	2	معرفي	البيئة الاجتماعية والبيئة القانونية	طرح الاسئلة	الحضور
8	2	نظري	معايير تجزئة السوق	المحاضرة	مشاركات
9	2	نظري	اساليب تجزئة السوق	المناقشة	امتحان يومي
10	2	معرفي	الاحلال في السوق الدوائي	طرح الاسئلة	سلوك
11	2	عملي	المنتج الدوائي	طرح الاسئلة	الحضور
12	2	نظري	دورة حياة المنتج الدوائي	المحاضرة	مشاركات
13	2	عملي	مراحل تطوير المنتج الدوائي	المناقشة	امتحان يومي
14	2	معرفي	التوزيع الدوائي	طرح الاسئلة	سلوك
15	2	نظري	امتحان فصلي	المحاضرة	الحضور

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

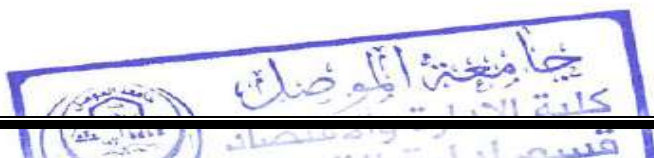
توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
العلاق ، التسويق الدوائي	المراجع الرئيسية (المصادر)
/	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
/	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
15%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع

اسم وتوقيع صاحب المقرر
د. سليمان الدخيل



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	
حضور، الشاشة التفاعلية، CLASS ROOM	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
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	
- 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	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
معرفة استراتيجيات المزيج التسويقي الرياضي، وتدريب الطلبة إلى إعداد خطة تسويقية في تسويق المنتجات الرياضية، والتعرف على السوق الرياضية وأنواعها، وكذلك التعرف على أنواع المكانة الذهنية للمنتجات الرياضية والرعاية الرياضية	الاستراتيجية:

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / المساق 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
العاشر	2	التعرف على مفهوم الترويج الرياضي وأشكاله ووسائله التقليدية والحديثة واستراتيجياته	الترويج الرياضي	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات

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

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 مقر منهجي
المراجع الرئيسة (المصادر)	التسويق الرياضي، أ.م.د. منذر خضر يعقوب المهدي، أ.د. ابي سعيد الديوه جي
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)	SMITH, (2019), SPORTS MARKETING
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	WWW.AMAZONE.COM
نسبة تحديث المنهاج	لأول مرة

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع
أ.م.د. بشار ذاك صالحي



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

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

1. اسم المقرر
والمرحلة الدراسية

المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق / الرابعة

2. رمز المقرر

3. الفصل / السنة

2025-2026/الفصل الثاني

4. تاريخ إعداد هذا الوصف 2026

5. أشكال الحضور المتاحة

حضور و بوقت محدد

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

30 ساعة / 2 عدد وحدات

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

الاسم: د. ليلي جارا الله خليل الإيميل: layla-garallah@uomosul.edu.iq

8. اهداف المقرر

- اهداف المادة الدراسية
- تعريف الطالب بمفهوم المسؤولية الاجتماعية
 - مراحل تطور المسؤولية الاجتماعية
 - اليات تطبيق اخلاقيات التسويق

9. استراتيجيات التعلم والتعليم

الاستراتيجية:
العصف الذهني
التعلم الجماعي

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	معرفي	تعريف المسؤولية الاجتماعية	المحاضرة	مشاركات
2	2	نظري	مداخل تناول المسؤولية الاجتماعية	المناقشة	الحضور
3	2	عملي	تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية	طرح الاسئلة	امتحان يومي
4	2	معرفي	أهمية المسؤولية الاجتماعية	المحاضرة	مشاركات يومية
5	2	نظري	أسباب ظهور المسؤولية الاجتماعية	طرح الاسئلة	الحضور
6	2	عملي	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	المحاضرة	سلوك
7	2	معرفي	فوائد المسؤولية الاجتماعية	طرح الاسئلة	الحضور

مشاركات	المحاضرة	أصحاب المصالح ومؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية	نظري	2	8
امتحان يومي	المناقشة	استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية ووجهات النظر المؤيدة والمعارضة	نظري	2	9
سلوك	طرح الاسئلة	مفهوم اخلاقيات التسويق وأسباب ظهورها	معرفي	2	10
الحضور	طرح الاسئلة	الممارسات التسويقية المضللة للتسويق الموجهة للزبون	عملي	2	11
مشاركات	المحاضرة	الممارسات التسويقية المضللة للتسويق الموجهة للمجتمع	نظري	2	12
امتحان يومي	المناقشة	حقوق المستهلك	عملي	2	13
سلوك	طرح الاسئلة	نماذج شركات عالمية طبقت المسؤولية الاجتماعية	معرفي	2	14
الحضور	المحاضرة	امتحان فصلي	نظري	2	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

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة، بن ثامر و بن فرحات، 2022	المراجع الرئيسة (المصادر)
دور اخلاقيات التسويق في تحقيق ولاء الزبون ، زقود، 2020 العديد من المصادر من الانترنت	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
/	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
15%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع

اسم وتوقيع صاحب المقرر
د. ليلى جلال خليل



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

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 ذاكِر صالح الإيميل: bashar_thaker@uomosul.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية			يهدف المقرر الى اطلاع الطلبة على اخر المواضيع الحديثة في مجال التسويق وابعادها ومامدى أهميتها لواقع العمل التجاري وإمكانية تبنيها من خلال تناول مفاهيم تسويقية تحاكي العصر الحالي لتنمية مهارات وأفكار الطلبة .		
9. استراتيجيات التعليم 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	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني
2	3		ابعاد التميز التسويقي	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني
3	3		مفهوم واهمية الرشاقة التسويقية	حضور	حلقات النقاش والعصف الذهني

حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	مرتكزات الرشاقة التسويقية	3	4
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	الثقافة التسويقية ، المفهوم ، الاهداف ، الاهمية	3	5
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	ابعاد الثقافة التسويقية	3	6
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	مفهوم تسويق الذات الاهداف ، الاهمية	3	7
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	ابعاد تسويق الذات	3	8
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	مفهوم واهمية قيمة الزبون والعوامل المؤثرة فيه	3	9
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	ابعاد قيمة الزبون	3	10
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	إدارة الازمات التسويقية المفهوم والاساسيات	3	11
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	أسباب ومراحل الازمات التسويقية	3	12
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	متطلبات مراحل إدارة الازمات التسويقية	3	13
حلقات النقاش والعصف الذهني	حضور	التسويق المستدام	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 والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير... الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	
المراجع الرئيسية (المصادر)	لا يوجد

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

اسم وتوقيع رئيس القسم أو الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويجي

اسم وتوقيع صاحب المقرر

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار زكريا التويجي



نموذج وصف المقرر

الكلية: الإدارة والاقتصاد القسم او الفرع: إدارة التسويق

الجامعة: الموصل

1. اسم المقرر والمرحلة الدراسية	
الاستراتيجيات التسويقية/ المرحلة الرابعة	
2. رمز المقرر	
AEMM26_F409	
3. الفصل / السنة	
الفصل الثاني / 2025-2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2025/10/1	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضور، 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 النماذج الاستراتيجية المعاصرة في إعداد الخطط الاستراتيجية الكفيلة بتسويق المنتجات الداعم. 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	

11. تقييم المقرر وتقسيمات الدرجة

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 الاستراتيجي 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 (البدايل 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 المظمات ومدى الاستفادة منها في المنظمات التسويقية	الفصل السابع: الاستراتيجيات المتبعة في المنظمات	واجبات يومية نظرية	امتحانات ومشاركات

			مثل استراتيجيات Porter و 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 التسويقية 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 إلكترونياً	3	الرابع عشر
امتحانات ومشاركات	واجبات يومية نظرية	الفصل الحادي عشر: استراتيجيات العلامة التجارية	التعرف على استراتيجيات العلامة التجارية	3	الخامس عشر
امتحان وتقارير عملية		امتحان شهري 2			السادس عشر

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 أن وجدت)
محمد عبيدات، استراتيجية التسويق (2022)	المراجع الرئيسة (المصادر)
مجموعة رسائل واطاريح جامعية 2025/ الجزائر	
رسائل واطاريح جامعية حديثة.	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
https://www.iraqoaj.net	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
20%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

اسم وتوقيع صاحب المقرر

د. بشار ذافر 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) واللقب 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:	7. تقديم محاضرات نظرية مبسطة ومنظمة. 8. تحليل دراسات حالة واقعية لتطبيق المفاهيم. 9. تدريب عملي على أدوات التسويق الرقمي مثل Google Ads. 10. تفعيل التعلم التفاعلي من خلال النقاشات والأنشطة الجماعية. 11. تكليف الطلبة بمشاريع تطبيقية وعروض تقديمية. 12. 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 افتراضية	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 الفايروسي 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 والشفوية 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
نسبة تحديث المنهاج	15%

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

محمد احمد الطاهر
١١/١٢/٢٠١١

اسم وتوقيع صاحب المقرر

د. حسن خالد الزبيدي
١١/١٢/٢٠١١

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار اكرم التويجي

١١/١٢/٢٠١١



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

الجامعة: الموصل

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 جانكير الإيميل:

8. اهداف المقرر

اهداف المادة الدراسية
تعريف الطالب بالمهارات الادارية المطلوبة لادارة المنظما
ت السياحية والفندقية وفهم المتطلبات التسويقية وجهودها الم
بذولة من اجل بناء وبقاء المنظمة في السوق المضطربة.

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

الاستراتيجية:
ايصال المفاهيم الاكاديمية والعملية لبناء علمي وفلسفي لادارة المنظما
ت 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 السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض نظرية وعملية وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير+ حضور
4	2ساعة	نظرية وعملية	عناصر الترويج السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير+ حضور
5	2ساعة	نظرية وعملية	التسويق السياحي الالكتروني	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير+ حضور

6	2 ساعة	نظرية وعملية	التسويق الفندقي	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	اليات وطرق الجذب السياحي والفندقي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير + حضور
9	2 ساعة	نظرية وعملية	المنافسة في التسويق السياحي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير + حضور
10	2 ساعة	نظرية وعملية	الفرص والتهديدات في التسويق السياحي والفندقي	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير + حضور
11	2 ساعة	نظرية وعملية	استراتيجيات التسويق 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 السياحية والمحتوى الالكتروني	محاضرة ، مناقشة عرض وصف	امتحان نظري+ مشاركات + تقارير + حضور
14	2 ساعة	نظرية وعملية	معوقات التسويق السياحي والفندقي	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 ن هاية الكورس 60 درجة.

اعتماد اسلوب 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 الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مواقع الانترنت	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت
13.3%	نسبة تحديث المنهاج

اسم وتوقيع رئيس القسم او الفرع

الاستاذ المساعد الدكتور
بشار ذائق النورجاني

اسم وتوقيع صاحب المقرر
د. هادي مصطفى