

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information				
معلومات المادة الدراسية				
Module Title	AGRICULTURAL MARKETING TECHNIQUES تقانات تسويق زراعي		Module Delivery	
Module Type	Core learning activity		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	AMT1100			
ECTS Credits	5			
SWL (hr/sem)	125			
Module Level	1	Semester of Delivery		2
Administering Department	SSWR1969, PLPR1966, HOLA1974, FORE1964, FOOSC1965, FICR1973, ANPR1964, AGECE1979, AETT1979, AGME1986		College	AGFO1964
Module Leader	zwaid fathiy abd Omar Dheyaa Mohammed Asmaa Mohammed Adil Moyassar Mohammed Aziz Nofal Issa Mohamed Taha Mohammed Taki Firas Kadhim Dawoo Aljuboori Khaled Anwer Khaled ALKHALED Talal Saeed Hameed Sumood Husain Ai Al-Hadedy		e-mail	zu-kh1985@uomosul.edu.iq dr.omaralmallah@uomosul.edu.iq asmaama@uomosul.edu.iq moyassar_aziz@uomosul.edu.iq nofelemh@uomosul.edu.iq tahataqi@uomosul.edu.iq frasaljuboori@uomosul.edu.iq khalid.anwar31@uomosul.edu.iq stalal1982@uomosul.edu.iq sumod_husain@uomosul.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	Professor Assistant Professor		Module Leader's Qualification	Ph.D. MSc.
Module Tutor	Aswan abd alqader		e-mail	aswanzedan@uomosul.edu.iq
Peer Reviewer Name			e-mail	
Scientific Committee Approval Date	15/10/2024		Version Number	1.0

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

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents	
أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية	
Module Objectives أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"> 1. The student gains a basic understanding of the food marketing system in the country. 2. The student describes the agricultural marketing chain. 3. The student identifies various economic principles and how they relate to agricultural marketing. 4. The student discusses consumer demand and the impact of marketing on consumer demand. 5. The student discusses specialty products and value-added products. 6. The student understands the importance of agricultural cooperatives. 7. The student describes the structure of agricultural marketing. 8. The student develops a marketing plan for an agricultural product <ol style="list-style-type: none"> 1. يحصل الطالب على فهم أساسي لنظام تسويق الأغذية في الدولة. 2. يصف الطالب سلسلة التسويق الزراعي. 3. يحدد الطالب المبادئ الاقتصادية المختلفة وكيفية ارتباطها بالتسويق الزراعي. 4. يناقش الطالب الطلب الاستهلاكي وتأثير التسويق على الطلب الاستهلاكي. 5. يناقش الطالب المنتجات المتخصصة والمنتجات ذات القيمة المضافة. 6. يفهم الطالب أهمية التعاونيات الزراعية. 7. يصف الطالب هيكل التسويق الزراعي. 8. يضع الطالب خطة تسويق لمنتج زراعي.

Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<p>The student should be able to:</p> <p>LO#1: Explain the basic marketing functions of buying, selling, transportation, storage, financing, standardization, pricing, and risk bearing.</p> <p>LO#2: Apply economic principles to the marketing of agricultural products.</p> <p>LO#3: Identify alternatives in the marketing of agricultural commodities/products.</p> <p>LO#4: Study the structure of agricultural markets.</p> <p>سيكون الطالب قادراً على:</p> <p>LO#1: شرح الوظائف التسويقية الأساسية للشراء والبيع والنقل والتخزين والتمويل والتوحيد والتسعير وتحمل المخاطر.</p> <p>LO#2: تطبيق المبادئ الاقتصادية على تسويق المنتجات الزراعية.</p> <p>LO#3: تحديد البدائل في تسويق السلع/المنتجات الزراعية.</p> <p>LO#4: دراسة بنية الأسواق الزراعية.</p>
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	<p>Indicative content includes the following.</p> <p><u>Part A - Circuit Theory</u></p>

	<p>Developing the correct management skills for agricultural marketing in the precise specialization and determining the appropriate means for marketing agricultural products in the fastest time, highest marketing efficiency and lowest costs, and working to transport agricultural commodities through good and fast transportation methods to ensure transportation in the fastest times because agricultural crops are susceptible to rapid spoilage if they are not transported and stored in storage methods. Various types, and work on packing agricultural products in glass, cardboard, plastic or wooden boxes. The most important modern means of shopping will be discussed, such as electronic marketing via the Internet. Students will also be taught how to shop practically by visiting wholesale marketing places and teaching students how a merchant or broker works in shopping.</p> <p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي: نظري تطوير مهارات الإدارة الصحيحة للتسويق الزراعي في الاختصاص الدقيق وتحديد الوسائل المناسبة لتسويق المنتجات الزراعية بأسرع وقت وأعلى كفاءة تسويقية وأقل التكاليف ، والعمل على نقل السلع الزراعية بطرق النقل الجيدة والسريعة لضمان النقل بأسرع الاوقات لان المحاصيل الزراعية تكون عرضة للتلف السريع اذا لم يتم نقلها وخزنها بطرق التخزين المختلفة ، والعمل على تعبئة المنتجات الزراعية في علب زجاجية او كرتونية او بلاستيكية او خشبية . وسيتم التطرق الى اهم الوسائل الحديثة للتسوق كالعامل بالتسويق الالكتروني عبر شبكة الانترنت . وكذلك تعريف الطلاب كيفية التسوق عمليا عن طريق الزيارة لاماكن التسويق بالجملة وتعليم الطلاب كيف يعمل التاجر او الوسيط بالتسوق .</p> <p>Total hrs = 32 = SSWL - (Exam hrs) = 32 - 2 = 30 hr (Time table hrs x 15 weeks)</p>
--	--

Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interactive lecture, Brainstorming 2. Dialogue and discussion 3. Assigning reports 4. Quizzes 5. Show examples for writing scientific reports in the correct formats. <p>1. محاضرة تفاعلية، العصف الذهني 2. الحوار والمناقشة 3. تعيين التقارير 4. الاختبارات 5- عرض نماذج لكتابة التقارير العلمية بالصيغ الصحيحة</p>

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	32	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	2
Unstructured SWL (h/sem)	93	Unstructured SWL (h/w)	6

الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا		الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل
Total SWL (h/sem)		125
الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	3	15% (15)	4,6,9	LO#2, LO#4
	Home Assignments	2	10% (10)	2 and 12	LO#1, LO#4
	Collage Assignments	1	5% (5)	10 and 11	LO#3
	Report	1	10% (10)	13	LO#4
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	10% (10)	7	LO#1, LO#2
	Final Exam	2hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	Introductions and Course Overview; Types of Markets, Role of Agriculture Marketing in economic development. مقدمة ونظرة عامة على المقرر؛ أنواع الأسواق، دور التسويق الزراعي في التنمية الاقتصادية.
Week 2	Agricultural Marketing system, Marketing system productivity. نظام التسويق الزراعي، إنتاجية نظام التسويق.
Week 3	Analysis of Agricultural Marketing system and approaches. تحليل نظام التسويق الزراعي وأساليبه.
Week 4	Market organizations. منظمات السوق
Week 5	Marketing tools. أدوات التسويق
Week 6	Market Efficiency and Margins and costs. كفاءة السوق والهوامش والتكاليف
Week 7	Midterm Exam. امتحان فصل.
Week 8	Agricultural Marketing in Iraq.

	التسويق الزراعي في العراق.
Week 9	Agricultural Marketing problems and solutions. مشاكل التسويق الزراعي والحلول.
Week 10	Role of Private and public sector in agricultural marketing. دور القطاع الخاص والعام في التسويق الزراعي.
Week 11	Government Marketing services, Agricultural Marketing information system. خدمات التسويق الحكومية، نظام معلومات التسويق الزراعي.
Week 12	Agricultural Extension services, Marketing legislation, Agricultural prices, Agricultural price policy in Iraq, Agricultural wholesale markets. خدمات الإرشاد الزراعي، تشريعات التسويق، أسعار المنتجات الزراعية، سياسة أسعار المنتجات الزراعية في العراق، أسواق الجملة للمنتجات الزراعية.
Week 13	Development and Characteristics of Wholesales Markets, Commodity Marketing in Iraq. تطور وخصائص أسواق الجملة، تسويق السلع في العراق.
Week 14	International Agricultural Marketing. التسويق الزراعي الدولي
Week 15	Methods of exporting, Export process, WTO and its implementation in Iraq. أساليب التصدير، عملية التصدير، منظمة التجارة العالمية وتطبيقها في العراق.
Week 16	Preparing the student for the final exam. تحضير الطالب للامتحان النهائي

Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	Principles of Agricultural Marketing, Abu Saeed Al-Duwaihi, Al-Hamid Publishing House, 2001, Amman.	Yes
Recommended Texts	<p>— Ali Faleh Al-Zaib, “Marketing Management - A Strategic Applied Perspective,” Dar Al-Yazouri Scientific, 2019.</p> <p>- Ali Faleh Al-Zouaib, “Marketing Communications: An Applied Methodological Approach,” 9th Edition, Dar Al-Masiriya for Publishing and Distribution, Amman-Jordan, 2191</p> <p>– Issa Hammoud Al-Hassan, “Commercial Promotion of Goods and Services,” 9th edition, Zahran Publishing and Distribution House, Oman, .2191</p> <p>- Ghassan Qasim Daoud Al-Almi, “Marketing Management New Ideas and Directions,” 9th edition, Safaa Publishing House. Distribution, Amman</p>	No
Websites	-	

Grading Scheme

مخطط الدرجات

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

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



Theoretical teacher : Dr. Aswan abd alqader

Chairman Scientific Committee : prof.Dr. Haitham M. Muhammad

Head of the Department : Dr. Firas Kadhim Al_Jubouri

