

نموذج وصف المادة الدراسية

| معلومات المادة الدراسية | | | | |
|--|---|---|---|--|
| اسم المادة الدراسية | تقانات تسويق زراعي | | طريقة الالقاء | |
| نوع المادة الدراسية | أنشطة تعلم أساسية | | <input checked="" type="checkbox"/> نظري <input type="checkbox"/> محاضرة <input type="checkbox"/> مختبرية <input type="checkbox"/> تدريسية <input type="checkbox"/> عملية <input type="checkbox"/> سمنار | |
| رمز المادة الدراسية | AMT1100 | | | |
| الساعات المعتمدة | 5 | | | |
| العمل المستقل للطلاب (ساعة/أسبوع) | 125 | | | |
| مستوى المادة الدراسية | 2 | 1 | | الفصل الدراسي الذي يتم فيه تسلم المادة الدراسية |
| إدارة القسم | SSWR1969, PLPR1966, HOLA1974, FORE1964, FOSC1965, FICR1973, ANPR1964, AGECE1979, AETT1979, AGME1986 | | الكلية | AGFO1964 |
| مسؤول المادة الدراسية | أ.م.د. زويد فتحي عبد أ.د. عمر ضياء محمد أ.د. أسماء محمد عادل أ.م.د. ميسر محمد عزيز أ.م. نوفل عيسى محميد أ.م.د. طه محمد تقي أ.م.د. فراس كاظم داود الجبوري أ.م.د. خالد أنور خالد الخالد أ.م.د. طلال سعيد حميد أ.د. صمود حسين علي الحديدي | | البريد الإلكتروني | 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 firasaljuboori@uomosul.edu.iq khalid.anwar31@uomosul.edu.iq stalal1982@uomosul.edu.iq sumod_husain@uomosul.edu.iq |
| العنوان الأكاديمي لمسؤول المادة الدراسية | استاذ استاذ مساعد | | المؤهل الأكاديمي لمسؤول المادة الدراسية | |
| مدرس المادة الدراسية | م. محمد أمين حاجي | | البريد الإلكتروني | msc.mohammed.ameen@uomsoul.edu.iq |
| اسم المحكم | | | البريد الإلكتروني | |
| تاريخ موافقة اللجنة العلمية | 2024/10/15 | | رقم النسخة | 1.0 |

| العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى | | | |
|-----------------------------------|------|----------|--|
| Prerequisite module | None | Semester | |
| Co-requisites module | None | Semester | |

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

| | |
|-----------------------|--|
| أهداف المادة الدراسية | <p>1- يحصل الطالب على فهم أساسي لنظام تسويق الأغذية في الدولة.</p> <p>2- يصف الطالب سلسلة التسويق الزراعي.</p> <p>3- يحدد الطالب المبادئ الاقتصادية المختلفة وكيفية ارتباطها بالتسويق الزراعي.</p> <p>4- يناقش الطالب الطلب الاستهلاكي وتأثير التسويق على الطلب الاستهلاكي.</p> <p>5- يناقش الطالب المنتجات المتخصصة والمنتجات ذات القيمة المضافة.</p> <p>6- يفهم الطالب أهمية التعاونيات الزراعية.</p> <p>7- يصف الطالب هيكل التسويق الزراعي.</p> <p>8- يضع الطالب خطة تسويق لمنتج زراعي.</p> |
|-----------------------|--|

| | |
|-------------------------------|--|
| مخرجات التعلم للمادة الدراسية | <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> |
| المحتويات الإرشادية | <p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي:</p> <p>نظري</p> <p>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> |

استراتيجيات التعلم والتعليم

| | |
|---------------|--|
| الاستراتيجيات | <p>1. محاضرة تفاعلية، العصف الذهني</p> <p>2. الحوار والمناقشة</p> <p>3. تعيين التقارير</p> <p>4. الاختبارات</p> <p>5- عرض نماذج لكتابة التقارير العلمية بالصيغ الصحيحة</p> |
|---------------|--|

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعا

| | | | |
|---|-----|--|---|
| الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل | 32 | الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا | 2 |
| الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل | 93 | الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا | 6 |
| الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل | 125 | | |

تقييم المادة الدراسية

| مخرجات التعلم | حسب الاسبوع | الدرجة | الوقت / العدد |
|---------------|-------------|--------|---------------|
|---------------|-------------|--------|---------------|

| | | | | | |
|-----------------|--------------------|-----|------------------|-----------|------------|
| التقويم البنائي | اختبارات فجائية | 3 | 15% (15) | 4,6,9 | LO#2, LO#4 |
| | الواجبات البيتية | 2 | 10% (10) | 2 and 12 | LO#1, LO#4 |
| | واجبات الكلية | 1 | 5% (5) | 10 and 11 | LO#3 |
| | تقارير | 1 | 10% (10) | 13 | LO#4 |
| التقويم الختامي | امتحانات نصف فصلية | 2hr | 10% (10) | 7 | LO#1, LO#2 |
| | امتحانات نهائية | 3hr | 50% (50) | 16 | All |
| مجموع التقييمات | | | 100% (100 Marks) | | |

| المناهج الاسبوعي النظري | |
|-------------------------|---|
| المادة المقررة | |
| الاسبوع الأول | مقدمة ونظرة عامة على المقرر؛ أنواع الأسواق، دور التسويق الزراعي في التنمية الاقتصادية. |
| الاسبوع الثاني | نظام التسويق الزراعي، إنتاجية نظام التسويق. |
| الاسبوع الثالث | تحليل نظام التسويق الزراعي وأساليبه. |
| الاسبوع الرابع | منظمات السوق |
| الاسبوع الخامس | أدوات التسويق |
| الاسبوع السادس | كفاءة السوق |
| الاسبوع السابع | الهوامش والتكاليف. |
| الاسبوع الثامن | التسويق الزراعي في العراق. |
| الاسبوع التاسع | مشاكل التسويق الزراعي والحلول. |
| الاسبوع العاشر | دور القطاع الخاص والعام في التسويق الزراعي. |
| الاسبوع الحادي عشر | خدمات التسويق الحكومية، نظام معلومات التسويق الزراعي. |
| الاسبوع الثاني عشر | خدمات الإرشاد الزراعي، تشريعات التسويق، أسعار المنتجات الزراعية، سياسة أسعار المنتجات الزراعية في العراق، أسواق الجملة للمنتجات الزراعية. |
| الاسبوع الثالث عشر | تطور وخصائص أسواق الجملة، تسويق السلع في العراق. |
| الاسبوع الرابع عشر | التسويق الزراعي الدولي |
| الاسبوع الخامس عشر | أساليب التصدير، عملية التصدير، منظمة التجارة العالمية وتطبيقاتها في العراق. |
| الاسبوع السادس عشر | تحضير الطالب للامتحان النهائي |

| مصادر التعلم والتدريس | | |
|-----------------------|---|-------------------|
| هل متوفر في الكلية؟ | النص | |
| نعم | مبادئ التسويق الزراعي، أبي سعيد الديوه جي، دار الحامد للنشر، 2001، عمان. | النصوص المطلوبة |
| لا | - علي فالح الذيب، "إدارة التسويق - منظور تطبيقي استراتيجي"، دار البازوري العلمية، 2019. - علي فالح الزويب، "الاتصالات التسويقية: منهج منهجي تطبيقي"، الطبعة التاسعة، دار المصرية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2191 | النصوص الموصى بها |

| | | |
|-------------------------------|---|--|
| | <p>- عيسى حمود الحسن، "الترويج التجاري للسلع والخدمات"، الطبعة التاسعة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2191.</p> <p>- غسان قاسم داود العلمي، إدارة التسويق أفكار واتجاهات جديدة، الطبعة التاسعة، دار صفاء للنشر. التوزيع، عمان</p> | |
| المواقع على الشبكة العنكبوتية | - | |

| مخطط الدرجات | | | |
|---|----------|---------------------|-----------------------|
| التعريف | الدرجة % | التقدير | الفئة |
| ● أداء ممتاز | 100-90 | امتياز | فئة النجاح (50 – 100) |
| ● جيد جداً مع بعض الأخطاء | 89-80 | جيد جداً | |
| ● عمل جيد مع أخطاء ملحوظة | 79-70 | جيد | |
| ● عمل متوسط ولكن مع نواقص كبيرة | 69-60 | متوسط | |
| ● العمل يفي بالحد الأدنى من المعايير | 59-50 | مقبول | |
| ● يحتاج إلى مزيد من العمل لكن تم منح الائتمان | (49-45) | راسب (قيد المعالجة) | فئة الرسوب (صفر – 49) |
| ● يتطلب قدراً كبيراً من العمل | (44-0) | راسب | |
| | | | |

ملاحظة: يتم تقريب الدرجات التي تحتوي على كسور عشرية أعلى أو أقل من 0.5 إلى أقرب درجة كاملة (على سبيل المثال، درجة 54.5 سيتم تقريبها إلى 55، بينما درجة 54.4 سيتم تقريبها إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التسامح مع "الرسوب القريب من النجاح"، لذا فإن التعديل الوحيد الذي سيتم على الدرجات التي يمنحها المُقيّم الأصلي هو التقريب التلقائي المشار إليه أعلاه.

