

## نموذج وصف المادة الدراسية

معلومات المادة الدراسية				
اسم المادة الدراسية	تقنيات تسويق زراعي	طريقة الاداء		
نوع المادة الدراسية	<b>انشطة تعليم اساسي</b>		<input checked="" type="checkbox"/> نظري <input checked="" type="checkbox"/> محاضرة <input type="checkbox"/> مختبرية <input checked="" type="checkbox"/> تدريسية <input type="checkbox"/> علمية <input type="checkbox"/> سمنار	
رمز المادة الدراسية	<b>AMT1100</b>			
الساعات المعتمدة	<b>5</b>			
الجمل المستقل للطلاب ( ساعة / اسبوع )	<b>125</b>			
مستوى المادة الدراسية	<b>2</b>	الفصل الدراسي الذي يتم فيه تسلم المادة الدراسية	<b>1</b>	
إدارة القسم	<b>SSWR1969, PLPR1966, HOLA1974, FORE1964, FOSC1965, FICR1973, ANPR1964, AGEC1979, AETT1979, AGME1986</b>	الكلية	<b>AGFO1964</b>	
مسؤول المادة الدراسية	أ.د. الآء محمد عبدالله أ.د. عمر ضياء محمد أ.د. اسماء محمد عادل أ.م.د. ميسير محمد عزيز أ.م. نواف عيسى محيميد أ.د. سمية خلف بدبوبي أ.م.د. فراس كاظم داؤد الجبورى أ.م.د. خالد أنور خالد الحالى أ.م.د. طلال سعيد حميد أ.د. مزاحم سعيد البك	البريد الإلكتروني	ala.mohammed58@uomosul.edu.iq dr.omaralmallah@uomosul.edu.iq asmaama@uomosul.edu.iq moyassar_aziz@uomosul.edu.iq nofelemh@uomosul.edu.iq dr.sumyia_khalf@uomosul.edu.iq firasaljuboori@uomosul.edu.iq khalid.anwar31@uomosul.edu.iq stalal1982@uomosul.edu.iq` muzahim_saeed@uomosul.edu.iq	
العنوان الاكاديمي لمسؤول المادة الدراسية	استاذ	المؤهل الاكاديمي لمسؤول المادة الدراسية	دكتوراه	
مدرس المادة الدراسية	أ.د. قيس ناظم غزال	البريد الكتروني	N.A.	
اسم المحكم		البريد الكتروني	N.A.	
تاريخ موافقة اللجنة العلمية	<b>15/10/2024</b>	رقم النسخة	<b>1.0</b>	

## العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى

المادة الدراسية المطلوبة سابقا	لا يوجد	الفصل الدراسي	الاول
المادة الدراسية المطلوبة	لا يوجد	الفصل الدراسي	

## أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. تمكين الطالب من فهم واستيعاب ما يتعلق بالتسويق الزراعي</li> <li>2. تمكين الطالب من معرفة الاسواق والوسطاء في المسلك التسويقي ، وكذلك معرفة المناهج في المسلك التسويقي ووظيفي البيع والشراء والنقل والتخزين والوظائف الاخرى (التجمیع-التجهیز-التدريب-التمويل- جمع المعلومات التسويقية-تحمل المخاطرة-التبغة-التغليف</li> <li>3. تمكين الطالب من الالامام بمنحنى طلب السوق</li> <li>4. تمكين الطالب بمعرفة العقود ومزاياها وسلبياتها</li> <li>5. يستطيع الطالب ان يتعرف على الاسعار الزراعية وسعر التوازن،</li> </ol>
مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<p>سيكون الطالب قادرًا على:</p> <p>LO#1: معرفة الكفاءة في العملية التسويقية.</p> <p>LO#2: معرفة الاسعار الزراعية عند تسویق المحاصيل الزراعية</p> <p>LO#3: تحقيق الهوامش التسويقية للمنتج المستهلك .</p> <p>LO#4: التسويق الزراعي ذلك النشاط الذي من خلاله يتم تحويل ملكية السلع والخدمات من المنتج الأصلي إلى المستهلك النهائي في الوقت والمكان المعينين.</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 لأن المحاصيل الزراعية تكون عرضة للتلف السريع اذا لم يتم نقلها وخزنها بطرق التخزين المختلفة ، والعمل على تعبئة المنتجات الزراعية في علب زجاجية او كاربونية او بلاستيكية او خشبية .</p> <p>عملي</p> <p>سيتم التطرق الى اهم الوسائل الحديثة للتسوق كالعمل بالتسويق الالكتروني عبر شبكة الانترنت . وكذلك تعريف الطالب كيفية التسوق عمليا عن طريق الزيارة لاماكن التسويق بالجملة وتعليم الطالب كيف يعمل التاجر او الوسيط بالسوق .</p> <p>Total hrs = 32 = SSWL - (Exam hrs) = 32 - 2 = 30 hr (Time table hrs x 15 weeks)</p>

	<h3 style="text-align: center;">استراتيجيات التعلم والتعليم</h3>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. محاضرة تفاعلية، العصف الذهني</li> <li>2. الحوار والمناقشة</li> <li>3. تعين التقارير والوجبات</li> <li>4. الاختبارات</li> </ol>
الاستراتيجيات		

## الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ 15 أسبوعاً

الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	32	الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعياً	2
الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	18	الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعياً	2
الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	<b>50</b>		

## تقييم المادة الدراسية

		الوقت / العدد	الدرجة	حسب الأسبوع	مخرجات التعلم
التقويم البنائي	اختبارات فجائية	2	10% (10)	4 and 11	
	الواجبات	2	10% (10)	2 and 13	
	مشاريع مختبرية	4	10% (10)	4, 8 and 12	All
	تقارير	1	10% (10)	14	
التقويم النهائي	امتحانات نصف فصلية	ساعة 2	10% (10)	7	
	امتحانات نهاية	ساعة 2	50% (50)	16	
مجموع التقييمات		100% (100)		درجة	

## Delivery Plan (Weekly Syllabus) المنهج الأسبوعي النظري

	المادة المقررة
الاسبوع الاول	مفهوم التسويق الزراعي و أهميته للمنتج والمستهلك والوسطاء(العاملين في التسويق الزراعي
الاسبوع الثاني	يبين المدخل الى الدراسات التسويقية وتشمل المنهج السلعي ويشمل الوظائف التبادلية (البيع والشراء )
الاسبوع الثالث	شرح المدخل الوظيفي ويشمل الوظائف والخدمات الفعلية وتشمل (النقل-التخزين).
الاسبوع الرابع	يشرح الوظائف والخدمات التسويقية وتشمل التجميع ، التجهيز ، التمويل
الاسبوع الخامس	يسخر الدعاية والاعلان ، التغليف و اهميته ومستوياته وتعبئته ومبادئها والتاريخ والمماثلة والتعبئة والتغليف
الاسبوع السادس	يتعرف على انواع الاسواق وانواع الوسطاء والاسواق في المسلك التسويقي و يشرح العقود وتعريفها ومزاياها وسلبياتها للفلاح ومزاياها وسلبياتها للمشتري.
الاسبوع السابع	
الاسبوع الثامن	يشرح نشأة الصناعات الغذائية والتي تشمل (التعليق ، التجفيف الطبيعي والصناعي ، الطبخ ، البسترة ، التجميد
الاسبوع التاسع	يشرح الطلب على السلع الزراعية (تعريف الطلب ، محددات الطلب ، مروّنات الطلب ، طلب السوق)
الاسبوع العاشر	يطبق على قوانين ومرنة الطلب للسلع الزراعية
الاسبوع الحادي عشر	يشرح عرض السلع الزراعية(تعريف العرض ، محددات العرض، مروّنات العرض، عرض السوق)
الاسبوع الثاني عشر	يطبق على قوانين ومرنة العرض
الاسبوع الثالث عشر	يعرف الاسعار الزراعية و اهميتها ، الهامش السعرية ، الانتشار السعري
الاسبوع الرابع عشر	يشرح معنى التسويق الالكتروني (مزایا وسلبيات) واثره على المزيج التسويقي .
الاسبوع الخامس عشر	يعرف الكفاءة التسويقية وينظر انواعها وكيفية قياسها
الاسبوع السادس عشر	<b>الأسبوع التحضيري قبل الامتحان النهائي</b>

مصادر التعلم والتدريس		
	النص	هل متوفّر في المكتبة
النصوص المطلوبة	Principles of Agricultural Marketing, Abu Saeed Al-Duwaihji, Al-Hamid Publishing House, 2001, Amman.	Yes
النصوص الموصى بها	<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>	Yes
الموقع على الشبكة العنكبوتية	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الموقع الالكتروني لمنظمة الامم المتحدة.</li> <li>- موقع مكتب المفوض السامي مفوضية الامم المتحدة السامية لحقوق الانسان.</li> <li>- موقع منظمة العفو الدولية.</li> <li>- موقع منظمة اليونيسف.</li> <li>- موقع اللجنة الدولية للصليب الاحمر.</li> </ul>	

الفئة	التقدير	% الدرجة	التعريف
فئة النجاح (50 - 100)	امتياز	90 - 100	ادار ممتاز •
	جيد جداً	80 - 89	جيد جداً مع بعض الاخطاء •
	جيد	70 - 79	عمل جيد مع اخطاء ملحوظة •
	متوسط	60 - 69	عمل متوسط ولكن مع نوافذ كبيرة •
	مقبول	50 - 59	العمل يفي بالحد الادنى من المعايير •
فئة الرسوب (0 - 49)	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	يحتاج الى المزيد من العمل لكن تم منح الائتمان •
	راسب	(0-44)	يتطلب قدرًا كبيراً من العمل •

ملاحظة: سيتم تقييم العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقييم علامة 54.5 إلى 55، بينما سيتم تقييم علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة لا تسمح بـ "حالات الرسوب القريبة من النجاح"، لذا فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوعة من قبل المصححين الأصليين سيكون التقييم التقليدي الموضح أعلاه.



مدرس المادة

أ. د. قيس ناظم غزال

رئيس اللجنة العلمية

أ.م.د. عبدالقادر عيش سباتك

رئيس قسم علوم التربية والموارد المائية

أ.م.د. خالد أنور خالد

