

نموذج وصف المادة الدراسية

معلومات المادة الدراسية				
اسم المادة الدراسية	تقنيات تسويق زراعي		طريقة الاداء	
نوع المادة الدراسية	انشطة تعليم اساسي		<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	AMT1100			
الساعات المعتمدة	5			
العمل المستقل للطلاب (ساعة / اسبوع)	125			
مستوى المادة الدراسية	2	الفصل الدراسي الذي يتم فيه تسلم المادة الدراسية		1
إدارة القسم	SSWR1969, PLPR1966, HOLA1974, FORE1964, FOSC1965, FICR1973, ANPR1964, AGECE1979, AETT1979, AGME1986		الكلية	AGFO1964
مسؤول المادة الدراسية	أ.د. الآء محمد عبدالله أ.د. عمر ضياء محمد أ.د. اسماء محمد عادل أ.م.د. ميسر محمد عزيز أ.م. نوفل عيسى محييمد أ.د. سمية خلف بديوي أ.م.د. فراس كاظم داؤد الجبوري أ.م.د. خالد أنور خالد الخالد أ.م.د. طلال سعيد حميد أ.د. مزاحم سعيد البك		البريد الالكتروني	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	
مدرس المادة الدراسية	أ.د. قيس ناظم غزال		البريد الالكتروني	N.A.
اسم المحكم			البريد الالكتروني	N.A.
تاريخ موافقة اللجنة العلمية			15/10/2024	رقم النسخة

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"> 1. تمكين الطالب من فهم واستيعاب ما يتعلق بالتسويق الزراعي 2. تمكين الطالب من معرفة الاسواق والوسطاء في المسلك التسويقي ، وكذلك معرفة المناهج في المسلك التسويقي ووظيفتي البيع والشراء والنقل والتخزين والوظائف الأخرى (التجميع-التجهيز-التدريج-التمويل- جمع المعلومات التسويقية-تحمل المخاطرة-التعبئة -التغليف 3. تمكين الطالب من الالمام بمنحنى طلب السوق 4. تمكين الطالب بمعرفة العقود ومزاياها وسلبياتها 5. يستطيع الطالب ان يتعرف على الاسعار الزراعية وسعر التوازن،
مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<p>سيكون الطالب قادرا على:</p> <p>LO#1: معرفة الكفاءة في العملية التسويقية.</p> <p>LO#2: معرفة الاسعار الزراعية عند تسويق المحاصيل الزراعية</p> <p>LO#3: تحقيق الهوامش التسويقية للمنتج والمستهلك .</p> <p>LO#4: التسويق الزراعي ذلك النشاط الذي من خلاله يتم تحويل ملكية السلع والخدمات من المنتج الاصلي الى 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 وعلى كفاءة تسويقية واقل 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 .</p> <p>عملي</p> <p>سيتم 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. محاضرة تفاعلية، العصف الذهني 2. الحوار والمناقشة 3. تعيين التقارير والوجبات 4. الاختبارات

الحمل الدراسي للطلاب محسوب ل ١٥ أسبوعا			
الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	32	الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	2
الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	18	الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	2
الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	50		

تقييم المادة الدراسية					
		الوقت / العدد	الدرجة	حسب الاسبوع	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	2 ساعة	10% (10)	7	
	امتحانات نهائية	2 ساعة	50% (50)	16	
مجموع التقييمات			100% (100 درجة)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus) المناهج الاسبوعي النظري	
المادة المقررة	
الاسبوع الاول	مفهوم التسويق الزراعي واهميته 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 التسهيلية وتشمل التجميع ، التجهيز ، التمويل
الاسبوع الخامس	يشرح الدعاية والاعلان ، التغليف واهميته ومستوياته والتعبئة ومبادئها والتدريج 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 (التعليب،التجفيف الطبيعي والصناعي،الطبخ،البسترة،التجميد
الاسبوع التاسع	يشرح الطلب على السلع الزراعية (تعريف الطلب ،محددات الطلب ، مرونة الطلب ،طلب السوق)
الاسبوع العاشر	يطبق على قوانين ومرونة الطلب للسلع الزراعية
الاسبوع الحادي عشر	يشرح عرض السلع الزراعية(تعريف العرض ،محددات العرض،مرونة العرض،عرض السوق)
الاسبوع الثاني عشر	يطبق على قوانين ومرونة العرض
الاسبوع الثالث عشر	يعرف الاسعار الزراعية واهميتها ،الهوامش السعرية ،الانتشار السعري
الاسبوع الرابع عشر	يشرح معنى التسويق الالكتروني (مزاياه وسلبياته)واثره على المزيج التسويقي .
الاسبوع الخامس عشر	يعرف الكفاءة التسويقية ويذكر انواعها وكيفية قياسها
الاسبوع السادس عشر	الأسبوع التحضيري قبل الامتحان النهائي

مصادر التعلم والتدريس		
	النص	هل متوفر في المكتبة
النصوص المطلوبة	Principles of Agricultural Marketing, Abu Saeed Al-Duwaihi, 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	<p>1- الموقع الالكتروني لمنظمة الامم المتحدة.</p> <p>2- موقع مكتب المفاوض السامي مفوضية الامم المتحدة السامية لحقوق الانسان.</p> <p>3- موقع منظمة العفو الدولية.</p> <p>4- موقع منظمة اليونسيف.</p> <p>5- موقع اللجنة الدولية للصليب الاحمر.</p>	

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 نواقص كبيرة
	مقبول	50 - 59	• العمل يفي بالحد الأدنى من المعايير
فئة الرسوب (0 - 49)	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	• يحتاج الى المزيد من العمل لكن تم منح الائتمان
	راسب	(0-44)	• يتطلب قدراً كبيراً من العمل

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



مدرس المادة

أ. د. قيس ناظم غزال



رئيس اللجنة العلمية

أ.م.د. عبدالقادر عبش سباك



رئيس قسم علوم التربة والموارد المائية

أ.م.د. خالد أنور خالد

