الكلية :الادارة والاقتصاد

القسم /الفرع:ادارة عامه

المرحلة : الثانية

جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

رئاسة جامعة بغداد

قسم ضمان الجودة والاداء الجامعي

**المقرر الدراسي**

**اسم التدريسي الأول: الزهراء صباح الجلبي**

**اللقب العلمي :مدرس مساعد**

**الشهادة : ماجستير**

**البريد الألكتروني:**

**اسم التدريسي الثاني:**

**اللقب العلمي :**

**الشهادة :**

**البريد الألكتروني:**

**اسم التدريسي الثالث:**

**اللقب العلمي :**

**الشهادة :**

**البريد الألكتروني:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **اســــم المــــــــادة** | **التسويق** | | | | | |
| **النظــام الــدراسـي** | * **√فصلي** | | | **سنوي** | | |
| **اهــــداف المـــــادة** | 1. **تعريف الطلبة بمفهوم وأهمية ادارة التسويق وعلاقتها بالادارات الاخرى ومحاولة تحقيق الهدف الاكبر من خلال اشباع حاجات ورغبات الزبون وتحقيق رضاهم والوصول الى ولاء الزبون وامكانية المتخرج ان ينجح في تقديم اي مشروع ان كان خدمي ةاة في مجال السلع لامتلاكه الكم المهممن المعرفة قي ستراتيجيات التسويق** | | | | | |
| **الكتب المنهجية** | * **كتاب ثامر ياسر البكري** * **الربيعاوي ، سعدون حمود واخرون ، ادارة التسويق ، 2014 .** | | | | | |
| **المصادر الخارجية** | * **Kotler &Armstrong, Principles of Marketing,2014** * **واجبات وبحوث مكتبة والكترونية** | | | | | |
| **تقديرات النظام الفصلي**  **(100%)** | **نظري** | **المختبر**  **عملي** | **الامتحانات اليومية** | | **المشروع** | **الامتحان النهائي** |
| **35** |  | **5** | |  | **60** |
| **تقديرات النظام السنوي**  **(100%)** | **الفصل الأول** | **نصف السنة** | **الفصل الثاني** | | **المختبر** | **الأمتحان النهائي** |
| **40** | **60** | **40** | |  | **60** |
| **معلومات اضافية** |  | | | | | |

**جدول الدروس الاسبوعي**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الاسبوع** | **المـادة النظرية** | **المـادة العلمية** | **المـلاحظات** |
| **1** | **المفاهيم الاساسية ومداخل دراسة التسويق** |  | **3 ساعات اسبوعيا** |
| **2** | **المفاهيم الاساسية ومداخل دراسة التسويق** |  |  |
| **3** | **البيئة التسويقية الخارجية** |  |  |
| **4** | **البيئة التسويقية الداخلية** |  |  |
| **5** | **المفاهيم الأساسية لتجزئة السوق** |  |  |
| **6** | **دورة حياة المنتجات** |  |  |
| **7** | **أسباب فشل المنتجات** |  |  |
| **8** | **المفاهيم الأساسية للأسعار**  **وطرق التسعير** |  |  |
| **9** | **العوامل المؤثرة في السعر** |  |  |
| **10** | امتحان الاول |  |  |
| **11** | **المفاهيم الأساسية للترويج** |  |  |
| **12** | **عناصر المزيج الترويجي** |  |  |
| **13** | توزيع الخدمة |  |  |
| **14** | التسويق الاخضر |  |  |
| **15** | حالات تطبيقية |  |  |
| **16** | **امتحان الكورس الاول** |  | **امتحان الكورس الاول** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |