**وزارة التعليم العالي والبحث العلمي**

**جهاز الاشراف والتقويم العلمي**

**دائرة ضمان الجودة والاعتماد الاكاديمي**

**استمارة وصف البرنامج الاكاديمي للكليات والمعاهد**

**الجامعة : بغداد**

**الكلية/ المعهد : كلية الادارة والاقتصاد**

**القسم العلمي: الادارة الصناعية**

**تاريخ ملء الملف: 2019 - 2020**

**التوقيع: التوقيع:**

**اسم رئيس القسم: اسم المعاون العلمي:**

**التاريخ: التاريخ:**

**دقق الملف من قبل**

**شعبة ضمان الجودة والاداء الجامعي**

**اسم مدير شعبة ضمان الجودة والاداء الجامعي:**

**التاريخ:**

**التوقيع:**

**مصادقة السيد العميد**

وصف البرنامج الاكاديمي

يوفر وصف البرنامج الاكاديمي هذا ايجازا مقتضيا لاهم خصائص البرنامج ومخرجات التعلم المتوقعه من الطالب تحقيقها مبرهنا عما اذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة ، ويصاحبه وصف لكل مقرر ضمن البرنامج

|  |  |
| --- | --- |
| 1-المؤسسة التعليمية | كلية الادارة والاقتصاد / جامعة بغداد |
| 2-القسم العلمي/المركز | الادارة الصناعية |
| 3-اسم البرنامج الاكاديمي او المهني | مبادى ادارة التسويق |
| 4-اسم الشهادة النهائية | دكتوراه |
| 5-النظام الدراسي: سنوي/مقررات /اخرى | فصلي |
| 6-برنامج الاعتماد المعتمد |  |
| 7-المؤثرات الخارجية الاخرى |  |
| 8- تاريخ اعداد الوصف | 2019 – 2020 |
| 9- اهداف البرنامج الاكاديمي | تتحدد الاهداف الاساسية من دراسة هذة المادة باكساب الطالب المعرفة المطلوبة في مجالات ادارة التسويق والتركيز على احدى اهم الفلسفات الادارية التي تتبناها منظمات الاعمال المعاصرة للحصول على افضل السلع اللازمة للعملية الانتاجية لتحقيق الاهداف والجمع بين المواضيع النظرية المفاهيمية والكمية الرياضية لاهميتها في ادارة التسويق . |

|  |
| --- |
| 10- مخرجات البرنامج المطلوبة وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| 1. الاهداف المعرفية   أ1-مراحل المشروع  أ2- فريق المشروع  أ3- تنفيذ المشروع  أ4- رقابة المشروع  أ5- انهاء المشروع  أ6- |
| 1. الاهداف المهاراتية الخاصة بالبرنامج   ب1- تصميم مشروع صناعي ابتداء من لحظة التفكير بالمشروع ولغاية انهائه  ب2-  ب3- |
| طرائق التعليم والتعلم |
| محاضرات نظرية |
| طرائق التقييم |
| الامتحانات الشهرية واليومية ومشاركات الطالب في المحاضرة |
| ج- الاهداف الوجدانية والقيمية  ج1-كيفية الحصول على افضل السلع وبانسب الاسعار اذا ما كلفوا باداء هذة الوظيفة مستقبلا  ج2-  ج3-  ج4- |
| طرائق التعليم والتعلم |
| عصف ذهني , اثارة تساؤلات |
| طرائق التقييم |
| الاندماج والاستجابة |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| د- المهارات العامة والتاهيلية المنقولة (المهارات الاخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي)  د1- تنمية مهارات الطالب في المستقبل  د2- توظيف المعلومات النظرية في حياته العلمية عند التخرج  د3-  د4- | | | | | |
| طرائق التعليم والتعلم | | | | | |
| محاضرات نظرية | | | | | |
| طرائق التقييم | | | | | |
| استجابة الطالب للمحاضرات اليومية | | | | | |
| 11- بنية البرنامج | |  | | | |
| المرحلة الدراسية | رمز المقرر او المساق | | اسم المقرر او المساق | الساعات المعتمدة | |
| الثاني |  | | مبادى ادارة التسويق | نظري | عملي |
| 3 ساعات اسبوعيا |  |
|  |  | | مدخل مفاهيمي |  |  |
|  |  | | تحليل swot |  |  |
|  |  | | مفهوم ,اهميته خصائصة |  |  |
|  |  | | سلوك منظمات الاعمال |  |  |
|  |  | | مفهوم اهداف عوامل |  |  |
|  |  | | مفهوم انواع المستهلكين |  |  |
|  |  | | مفهوم التصنيفات الزيج دورة حياة المنتج |  |  |
|  |  | | مفهوم اهداف |  |  |
|  |  | | علاقة السعر بباقي عناصر السعر |  |  |
|  |  | | اهداف التسعير طرق تحديد الاسعار |  |  |
|  |  | | مفهوم اهداف اجراءات |  |  |
|  |  | | المزيج الترويجي |  |  |
|  |  | | الاعلان البيع ترويج |  |  |
|  |  | | مفهوم اهمية تعريف اهمية |  |  |
|  |  | | انواع قنوات البيع تصميم قنوات البيع |  |  |

|  |
| --- |
| 12- التخطيط للتطور الشخصي |
|  |
| 13- معيار القبول (وضضع الانظمة المتعلقة بالالتحاق بالكلية او المعهد) |
|  |
| 14- اهم مصادر المعلومات عن البرنامج |
| العديد من المصادر والدوريات العربية والاجنبية |