الكلية :الأدارة والأقتصاد

القسم /الفرع:قسم الادارة الصناعيه

المرحلة : الاولى

جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

رئاسة جامعة بغداد

قسم ضمان الجودة والاداء الجامعي

**المقرر الدراسي**

**اسم التدريسي الأول:عائشة حمودي هاشم**

**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** | **الرياضيات** |
| **النظــام الــدراسـي** |  **فصلي √** | **سنوي** |
| **اهــــداف المـــــادة** | 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 . |
| **الكتب المنهجية** | العديد من المصادر والدوريات العربية والاجنبية |
| **المصادر الخارجية** |  |
| **تقديرات النظام الفصلي****(100%)** | **نظري** | **المختبر****عملي** | **الامتحانات اليومية** | **المشروع** | **الامتحان النهائي** |
| **20** |  | **20** |  | **60** |
| **تقديرات النظام السنوي****(100%)** | **الفصل الأول**  | **نصف السنة** | **الفصل الثاني** | **المختبر** | **الأمتحان النهائي** |
|  |  |  |  |  |

**جدول الدروس الاسبوعي**

**النظام الفصلي**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الاسبوع** | **المـادة النظرية** | **المـادة العلمية** | **المـلاحظات** |
| **1** | مدخل مفاهيمي |  |  |
| **2** | تحليل swot |  |  |
| **3** | مفهوم ,اهميته خصائصة |  |  |
| **4** | رسالة واستراتيجيات ادارة الموارد البشرية  |  |  |
| **5** | مفهوم اهداف قواعد |  |  |
| **6** | مفهوم انواع المستهلكين |  |  |
| **7** | مفهوم التصنيفات الزيج دورة حياة المنتج |  |  |
| **8** | مفهوم اهداف  |  |  |
| **9** | علاقة السعر بباقي عناصر السعر |  |  |
| **10** | اهداف التسعير طرق تحديد الاسعار |  |  |
| **11** | مفهوم اهداف اجراءات |  |  |
| **12** | المزيج الترويجي |  |  |
| **13**  | الاعلان البيع ترويج |  |  |
| **14** | مفهوم اهمية تعريف اهمية |  |  |
| **15** | انواع قنوات البيع تصميم قنوات البيع |  |  |
| **16** |  |  |  |