الكلية :الأدارة والأقتصاد

القسم /الفرع:قسم الادارة الصناعيه

المرحلة : الأولى

جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

رئاسة جامعة بغداد

قسم ضمان الجودة والاداء الجامعي

**المقرر الدراسي**

**اسم التدريسي الأول:علياء محمد خليل**

**اللقب العلمي : مدرس**

**الشهادة :ماجستير**

**البريد الألكتروني**

**اسم التدريسي الثاني:**

**اللقب العلمي :**

**الشهادة :**

**البريد الألكتروني:**

**اسم التدريسي الثالث: /**

**اللقب العلمي :**

**الشهادة :**

**البريد الألكتروني:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **اســــم المــــــــادة** | **تسويق صناعي** | | | | | |
| **النظــام الــدراسـي** | * **فصلي** | | | **سنوي 🗸** | | |
| **اهــــداف المـــــادة** | **- تعريف الطالب على طبيعة سوق الاعمال واقسامه**  **-التعرف على السلع والخدمات الصناعية فضلا عن السلوك للزبائن الصناعييين وعادات الشراء..**  **-وضع استراتيجيات التعامل مع الزبائن الصناعيين.**  **-وضع استراتيجيات المزيج التسويقي.** | | | | | |
| **الكتب المنهجية** | * **محاضرات بالاعتماد على مجموعة من الكتب العربية** | | | | | |
| **المصادر الخارجية** | * **محاضرات بالاعتماد على عدد من مجموعة من الكتب والمقالات الاجنبية** | | | | | |
| **تقديرات النظام الفصلي**  **(100%)** | **نظري** | **المختبر**  **عملي** | **الامتحانات اليومية** | | **المشروع** | **الامتحان النهائي** |
|  |  |  | |  | **60** |
| **تقديرات النظام السنوي**  **(100%)** | **الفصل الأول** | **نصف السنة** | **الفصل الثاني** | | **المختبر** | **الأمتحان النهائي** |
| **20** | **/** | **20** | | **/** | **60** |
| **معلومات اضافية** |  | | | | | |

**جدول الدروس الاسبوعي**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **الاسبوع** | | **المـادة النظرية** | **المـادة العلمية** | **المـلاحظات** |
| **1** | | **مقدمة الى بيئة التسويق الصناعي المفهوم والاهمية** |  | **بواقع 3 ساعات اسبوعيا** |
| **2** | | **تطور فلسفة ادارة التسويق** |  |  |
| **3** | | **اختلاف السوق الصناعي عن الاستهلاكي** |  |  |
| **4** | | **تصنيف المنتجات الصناعية** |  |  |
| **5** | | **امتحان الشهر الاول** |  |  |
| **6** | | **الزبائن الصناعيين** |  |  |
| **7** | | **خصائص الطلب الصناعي** |  |  |
| **8** | | **البيئة التسويقية** |  |  |
| **9** | | **سلوك الشراء الصناعي** |  |  |
| **10** | | **دوافع الشراء الصناعي** |  |  |
| **11** | | **امتحان الشهر الثاني** |  |  |
| **12** | | **عادات الشراء الصناعي** |  |  |
| **13** | **الانواع الرئيسة لحالات اتمام الشراء الصناعي** | |  |  |
| **14** | | **المشاركون في عملية الشراء الصناعي** |  |  |
| **15** | | **العوامل المؤثرة على سلوك المشتري الصناعي** |  |  |
| **16** | | **خطوات عملية شراء السلع الصناعية** |  |  |
| **17** | | **امتحان الشهر الاول / الفصل الثاني** |  |  |
| **18** | | **انواع السوق الصناعي** |  |  |
| **19** | | **تجزئة السوق (المفهوم،الفوائد، اسس التجزئة)** |  |  |
| **20** | | **استراتيجيات التجزئة** |  |  |
| **21** | | **المنتج /المنتج الجديد (المفهوم ،الانواع ، المستويات)** |  |  |
| **22** | | **استراتيجيات تطوير المنتج الجديد (المراحل والانواع)** |  |  |
| **23** | | **السعر / ظروف السعر اشكاله** |  |  |
| **24** | | **طرق التسعير** |  |  |
| **25** | | **العوامل المؤثرة على استراتيجيات التسعير** |  |  |
| **26** | | **اهداف واستراتيجيات تسعير المنتجات الصناعية** |  |  |
| **27** | | **امتحان الشهر الثاني / الفصل الثاني** |  |  |
| **28** | | **تغيرات الاسعار** |  |  |
| **29** | | **الترويج (المفهوم ، الاهمية ، خصائص المزيج الترويجي)** |  |  |
| **30** | | **توزيع المنتجات الصناعية** |  |  |