**نموذج وصف المقرر**

|  |
| --- |
| **مراجعة أداء مؤسسات التعليم العالي ((مراجعة البرنامج الأكاديمي))** |

**وصف المقرر**

|  |
| --- |
| يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهناً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولابد من الربط بينها وبين وصف البرنامج. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. الاسم | ا.د. سعدون حمود و م.د. سارة علي | |
| 1. المؤسسة التعليمية | جامعة بغداد/ كلية الادارة والاقتصاد | |
| 1. القسم الجامعي / المركز | قسم ادارة الاعمال | |
| 1. اسم / رمز المقرر | ادارة التسويق | |
| 1. البرامج التي يدخل فيها | ثاني ادارة اعمال | |
| 1. أشكال الحضور المتاحة | قاعات دراسية الكترونية | |
| 1. الفصل / السنة | 2019-2020 | |
| 1. عدد الساعات الدراسية (الكلي) | 3 ساعات اسبوعيا الكلي 90 ساعة | |
| 1. تاريخ إعداد هذا الوصف | 25/9/2019 | |
| 1. أهداف المقرر | | |
| **1- تعريف الطالب بالأسس العلمية لادارة التسويق ، ووظائفه الأساسية.**  **2- تمكين الطالب من فهم المفاهيم الاساسية للتسويق ومبادئه وادارته .**  **3-تعريف الطالب بأهم القضايا المعاصرة في مجال ادارة التسويق الحديث والتجارة الدولية .** | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |

|  |
| --- |
| 1. مخرجات التعلم وطرائق التعليم والتعلم والتقييم |
| أ- المعرفة والفهم   1. **المعارف والمهارات المتعلقة بالمفاهيم التسويقية.** 2. **المعارف والمهارات المتعلقة بكيفية فهم عناصر المزيج التسويقي .** 3. **المعارف والمهارات المتعلقة بكيفية جذب الزبون ادارة العلاقة معه .** 4. **اضافة الى معارف ومهارات عديدة والمتعلقة بفهم الكثير من قضايا التجارة الالكترونية والتسويق الدولي .** |
| ب - المهارات الخاصة بالموضوع  ب1 –مهارات في فهم المعلومات التسويقية .  ب2 – مهارات في فهم عناصر المزيج التسويقي .  ب3 – مهارات خاصة بفهم الجوانب الاجتماعية في التسويق .  ب4- مهارات خاصة بفهم اليات دخول الاسواق الدولية . |
| طرائق التعليم والتعلم |
| محاضرات نظرية مع مناقشة حالات دراسية |
| طرائق التقييم 2 امتحان لكل فصل فضلا الى المشاركات في المناقشات والامتحانات اليومية |
|  |
| ج- مهارات التفكير  ج1- مهارات تفكير خاصة بكيفية العمل في المشاريع الصغيرة .  ج2-مهارات العمل في الانشطة الترويجية .  ج3-مهارات خاصة بكيفية التعامل مع الزبائن .  ج4- مهارات خاصة بكيفية فهم عمليات التوزيع المادي . |
| طرائق التعليم والتعلم |
| المناقشات في المحاضرات وايجاد روح التنافس بين الطلبة |
| طرائق التقييم |
| اضافة درجات تقيم حول الافكار المبدعة |
| د - المهارات العامة والمنقولة ( المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي ).  د1-  د2-  د3-  د4- |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. بنية المقرر | | | | | |
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / المساق أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 1 | 3 | فهم المفاهيم الاساسية للتسويق | **مدخل في ادارة التسويق**  **-ماهية التسويق وتعريفه**  **-اهمية واهداف التسويق .**  **- مداخل دراسة التسويق** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 2 | 3 | فهم المفاهيم الاساسية للتسويق | **-البيئة التسويقية** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 3 | 3 | فهم نظام المعلومات التسويقي | **- نظام المعلومات التسويقي** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 4 | 3 | فهم نظام المعلومات التسويقي | **-مكونات نظام المعلومات التسويقي** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 5 | 3 | فهم نظام بحوث التسويق | **مفهوم واهمية واهداف نظام بحوث التسويق** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 6 | 3 | فهم ستراتيجية التسويق | **-مفهوم الستراتيجية**  **-مفهوم واهمية وخطوات ستراتيجية التسويق** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 7 | 3 | فهم تجزئة السوق واستهدافه | **-المفاهيم الاساسية لتجزئة السوق وتحديد الاسواق المستهدفة .** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 8 | 3 | فهم المفاهيم الخاصة بتخطيط المنتج | **- المفاهيم الاساسية للمنتجات**  **-دورة حياة المنتج**  **-اسباب فشل المنتجات** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 9 | 3 |  | **امتحان 1 للفصل الاول** | اختبار |  |
| 10 | 3 | فهم المفاهيم الخاصة بالخدمات التسويقية | **-مفهوم واهمية وخصائص الخدمات**  **-الفرق بين السلع والخدمات** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 11 | 3 | فهم المبادىء الاساسية للترويج | **-مفهوم وتعريف الترويج** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 12 | 3 | فهم المبادىء الاساسية للترويج | **-عناصر المزيج الترويجي** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 13 | 3 | فهم المبادىء الاساسية للترويج | **-ستراتيجتي السحب والدفع** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 14 | 3 | فهم المبادىء الاساسية للترويج | **-كيفية اعداد ميزانية الترويج** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 15 | 3 |  | **امتحان 2 فصل اول** | اختبار |  |
| 16 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتسعير المنتجات | **-مفهوم وتعربف عملية التسعير للمنتجات** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 17 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتسعير المنتجات | **-اهمية واهداف التسعير** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 18 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتسعير المنتجات | **-طريقة تسعير المنتجات باعتماد الكلف** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 19 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتسعير المنتجات | **-طريقة تسعير المنتجات باعتماد الخصم** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 20 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتسعير المنتجات | **-طريقة تسعير المنتجات باعتماد المسافة الجغرافية .** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 21 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتسعير المنتجات | **-طريقة تسعير المنتجات باعتماد العامل النفسي** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 22 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتوزيع المنتجات | **-المفاهيم الاساسية للتوزيع** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 23 | 3 |  | **امتحان 1 فصل ثاني** | اختبار |  |
| 24 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتوزيع المنتجات | **-مفهوم وتعريف القنوات التسويقية** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 25 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتوزيع المنتجات | **-انواع القنوات التسويقية** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 26 | 3 | فهم المبادىء الاساسية لتوزيع المنتجات | **-العوامل المؤثرة في اختيار القنوات التسويقية .** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 27 | 3 | فهم المبادىء الاساسية للتوزيع المادي . | **-المفاهيم الاساسية للخزن والنقل .** | نظري مع مناقشات | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 28 | 3 |  | **امتحان 2 فصل ثاني** | اختبار |  |
| 29 | 3 | فهم المبادىء الاساسية للتسويق الدولي | **-مفهوم واهمية واهداف التسويق الدولي .** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |
| 30 | 3 | فهم المبادىء الاساسية للتسويق الدولي | **-اساليب دخول السوق الدولية .**  **-مشاكل التسويق الدولي** | نظري مع تطبيقي | مناقشات مع امتحان فصلي |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. القبول | |
| المتطلبات السابقة |  |
| أقل عدد من الطلبة | 20 |
| أكبر عدد من الطلبة | 30 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. البنية التحتية | |
| القراءات المطلوبة :   * النصوص الأساسية * كتب المقرر * أخرى | -ادارة التسويق للمؤلف الاستاذ الدكتور ثامر ياسر حسين البكري ، 2011  -أي كتاب اخر في مجال التسويق . |
| متطلبات خاصة ( وتشمل على سبيل المثال ورش العمل والدوريات والبرمجيات والمواقع الالكترونية ) | لايوجد |
| الخدمات الاجتماعية ( وتشمل على سبيل المثال محاضرات الضيوف والتدريب المهني والدراسات الميدانية ) | لايوجد |

**الاستاذ المساعد الدكتور**

**سعدون حمود جثير الربيعاوي**