جامعة تكريت كلية الإدارة والاقتصاد قسم إدارة التسويق الوصف الأكاديمي الدراسات الأولية / المرحلة الاولى

### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهنى: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 17 / 9 /2023

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم المعاون العلمي: آ.م. د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 17 / 9 / 2023

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 17 / 9 /2023

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان

التوقيع لمسم

مدير شعبة ضعان الجودة وتقييم الاداء

التاريخ: 17/9/2023

#### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
  - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

### 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				<ol> <li>هيكلية البرنامج</li> </ol>
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

		ج / منهاج قسم ادارة التس	7. وصف البرنام	
المعتمدة	الساعات ا	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو	السنة /
			المساق	المستوى
عملي	نظري			
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101	
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102	
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103	
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104	
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105	
	2	لغة العربية	AEMM23_106	
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107	الأولى
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108	
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109	
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110	
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111	
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112	
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113	
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114	

	3	تسویق خدمات (1)	AEMM23_201	
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	الثانية
	3	تسویق خدمات (2)	AEMM23_208	(بیانیہ
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهلك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة
	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402	

2	1	قواعد البيانات النسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407
		للتسويق	
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. القطاع العام والخاص.
  - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.

#### المهارات

- امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.
  - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
- ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.
- التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.

#### القيم

- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته المهنية العالية.
  - النز اهة و الشفافية. الجودة.

ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.

### 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

 التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات و الأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

- 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
- 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- 1. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

#### أعضاء هيئة التدريس

الهيئة	المتطلبات/المهارات اعداد الهيئة		ں	التخصص	
يسية	(ان وجدت) التدري			الرتبة العلمية	
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	م.د ثائر جاسم محمد عفتان
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشید سلمان
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جمیل
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حمید نایف حمید
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسى حمد محمد شيحان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسين عبد فرحان
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م.م حنان محمد ابراهیم جاسم

#### التطوير المهني

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفر غين وغير المتفر غين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
- 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
- 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
  - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
     المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين
   من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

## التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
  - 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
  - 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهنى والأكاديمى المستمر.
- 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركزي.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

# 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

### 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.

# 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى مؤسسات القطاع الخاص والعام.

	مخطط مهارات البرنامج														
	مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج														
		القيم			Ŀ	مهاراد	ال		رفة	المع		اساسي		رمز	السنة/
ج4	3ლ	2ლ	ج1	4ب	ب3	ب2	ب1	41	31	ا 2	11	ام اختياري	اسم المقرر	المقرر	المستوى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السه الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		۰ تاری
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		التسعير		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>\</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		التطبيقات المكتبية Power Point Word &		السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2		الثانية
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓		التوزيع		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	<b>√</b>		<b>√</b>	<	<b>✓</b>	<	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	-	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>		إدارة المبيعات										
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		Headway (elementary		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>		ر التطبيقات المكتبيةExcel		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		

	,			, 1									
<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	بحوث تسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهاك	
✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية	
<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	Headway (pre- intermediate )	
✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت	
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية	السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية	الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية	
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية	
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	إدارة التفاوض	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	التطبيقات الإحصائية في التسويق	
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	مناهج البحث العلمي	
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي	
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي	
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي	
<b>✓</b>	<b>\</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	السنة الرابعة
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 2	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي	
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate )	

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

	1. اسم المقرر			
	مبادئ ادارة 1			
	2. رمز المقرر			
	AEMM23_101			
	3. الفصل / السنة			
	2024-2023			
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف			
	2023/9/17			
	5. أشكال الحضور المتاحة			
Clas لتبليغات الطلبة باوقات الامتحانات وتنزيل درجات الكلي)	حضوري داخل القاعة مع استخدام برنامج sroom الامتحانات الشهرية ودرجات السعي السنوي.  6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (			
عدد الساعات 45 / عدد الوحدات 3				
.کر)	7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذ			
	م.د. علي احسان عبد الكريم			
	8. اهداف المقرر			
1- الاسهام في فهم التطور التاريخي للإدارة في المنظمات. 2- تعريف الطالب بأهمية الادارة ووظائفها الاساسية. 3- التعرف على مفهوم المدير في المنظمات وماهي المستويات الادارية في المنظمة . 4- تعريف الطالب بأهم الخطط الاستراتيجية التي تضعها المنظمات لتنفيذ اعمالها . 5- تعريف الطالب بكيفية مواجهة التحديات التي تواجهها منظمات الاعمال في عالم اليوم. 6- تأهيل خريجين ذو كفاءة ادارية عالية تمكنهم في مزاوله اعمالهم الادارية.	اهداف المادة الدر اسية			
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم			
<ul> <li>القاء المحاضرات الحضورية والالكترونية</li> <li>اجراء المناقشات الحوارية مع الطلبة</li> <li>الاسئلة الشفوية للطلبة</li> <li>التعليم المدمج (كلاس رووم)</li> </ul>	الاستراتيجية			

				).	10. بنية المقر
طريقة التقييم الاسئلة الشفوية	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
الاسئلة الشفوية	القاء المحاضرة	مفهوم ووظائف الادارة	المعرفة النظرية	3 ساعة	الاول
اسئلة ومشاركة	محاضرة / مناقشات	مفهوم المدير والمستويات الادارية	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثاني
الاسئلة الشفوية	محاضرة / مناقشات	ادوار المدير والمهارات الاساسية للمدراء وسمات المدير الناجح	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثالث
مشاركة الطالب	محاضرة / مناقشات	منظمات الاعمال والمنظمات كنظام مفتوح	المعرفة النظرية	3 ساعة	الرابع
_	-	امتحان شهر اول	-	3 ساعة	الخامس
الاسئلة الشفوية	محاضرة / مناقشات	التحديات المعاصرة في عالم اليوم	المعرفة النظرية	3 ساعة	السادس
الاسئلة الشفوية	محاضرة / مناقشات	الادارة بين الماضي والحاضر	المعرفة النظرية	3 ساعة	السابع
الاسئلة الشفوية	محاضرة / مناقشات	الاتجاهات والممارسات المعاصرة والمستقبلية في الادارة	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثامن
مشاركة وكوز	محاضرة / مناقشات	انواع البيئات الداخلية والخارجية المحيطة بالمنظمات	المعرفة النظرية	3 ساعة	التاسع
_	-	امتحان شهر ثاني	-	3 ساعة	العاشر
الاسئلة الشفوية	محاضرة / مناقشات	امتحان شهر ثاني المنظمات الملتزمة بخدمة الزبائن	المعرفة النظرية	3 ساعة	الحادي عشر
اسئلة ومشاركة	محاضرة / مناقشات	ادارة الجودة والتحسين المستمر	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثاني عشر
الاسئلة الشفوية	محاضرة / مناقشات	التخطيط وصياغة الاهداف	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثالث عشر
مشاركة وكوز	محاضرة / مناقشات	نظام التخطيط ونظمه الفرعية	المعرفة النظرية	3 ساعة	الرابع عشر
_	_	مراجعه	-	3 ساعة	الخامس عشر

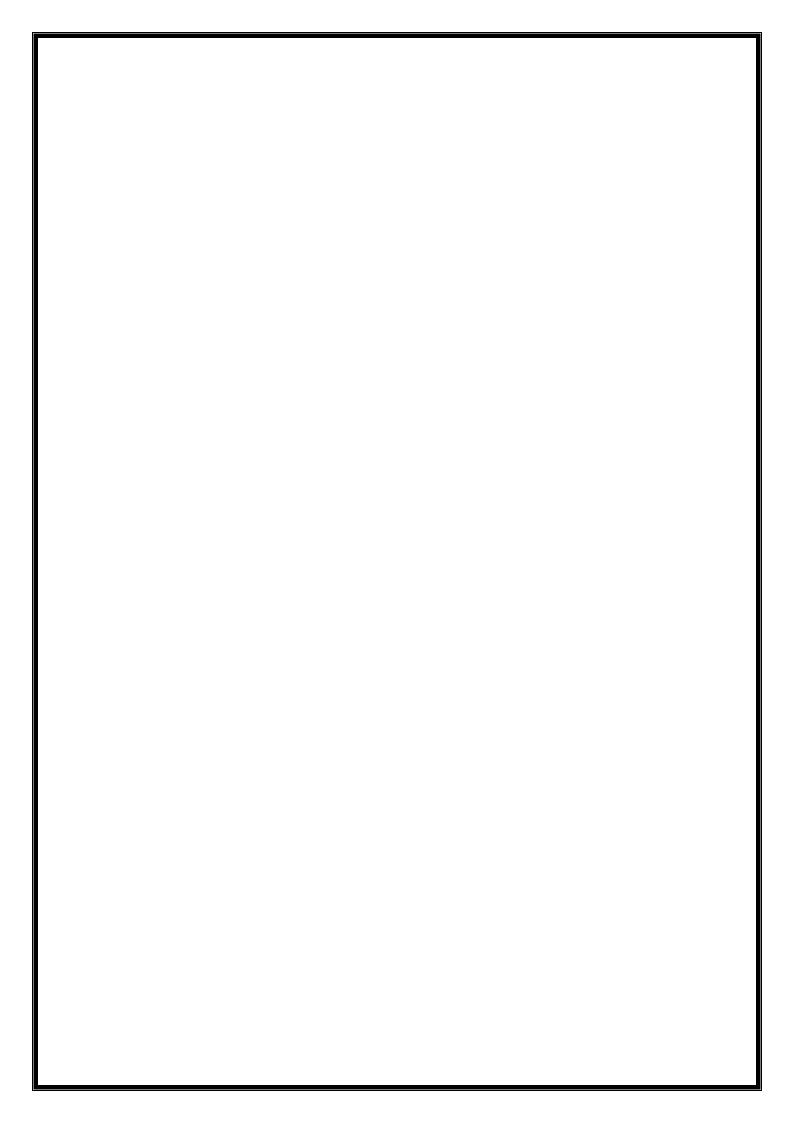
## 11. تقييم المقرر

الدرجة النهائية للتقييم من 100 درجة، والحد الادنى للنجاح هو 50 درجة، وتتوزع درجة التقييم على سعي من 30 درجة وامتحان نهاية الكورس 70 درجة و كالاتي:

- الامتحان شهر الاول 10 درجات
- امتحان الشهر الثاني 10 درجات
  - التحضير اليومي 5 درجات
    - المشاركات 5 درجات

امتحان نهاية الكورس 70 درجة

	12. مصادر التعلم والتدريس
كتاب مبادئ الادارة	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
كتب متخصصة في علم الادارة	المراجع الرئيسة (المصادر)
مجموعة من البحوث الادارية المتخصصة في مجال	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات
ادارة الاعمال.	العلمية, التقارير)
مجموعة من المواقع والمنتديات الالكترونية	المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت



### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 17 / 9/2023

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم المعاون العلمي: آ.م.د. أشرف هاشم فارس

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التوقيع —

التاريخ: 17 / 9 / 2023

التاريخ: 17 / 9 /2023

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان المدرس المستاعتة

التوقيع

مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الاداء

التاريخ: 17/ 9 / 2023

#### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمى داخل القسم.
  - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

# 4. الاعتماد البرامجي

# 1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

# 2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

	7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة								
معتمدة	الساعات ال	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى					
عملي	نظري								
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101						
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102						
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103						
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104						
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105						
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى					
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107						
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108						
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109						
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110						
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111						
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112						
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113						
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114						
	3	تسويق خدمات (1)	AEMM23_201	الثانية					

	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
		_		
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point	AEMM23_207	
_	1	Word &	131111111111111111111111111111111111111	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	النرويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-	AFMM22 205	
	2	intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	**
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	7-1-ti
	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402	الرابعة

2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM23_407
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

#### المعرفة

- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية القطاع العام والخاص.
  - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.

#### المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
  - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
- ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.

امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على

التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.

التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.

## القيم

- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية.
- خدمة المجتمع وتلبية متطلباته

ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.

- النزاهة والشفافية.
  - . الجودة.

### 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

 التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

- 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيز هم.
- 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- 1. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في
     الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

### 11. الهيئة التدريسية

أعضاء هيئة التدريس

الهيئة	اعداد	المتطلبات/المهارات	C	التخصص	
يسية	التدر	(ان وجدت)			الرتبة العلمية
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	امد. فراس فرحان جدي صفر
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	م د ثائر جاسم محمد عفتان
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشید سلمان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حمید نایف حمید
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسی حمد محمد شیحان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسين عبد فرحان
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جمیل
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م م حنان محمد ابراهیم جاسم

#### التطوير المهنى

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفر غين وغير المتفر غين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
  - 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
  - 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
    - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
       المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

### التطوير المهنى لأعضاء هيئة التدريس

- 1. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- تنفیذ البرنامج: یتم تنفیذ البرنامج التطویري بشكل منتظم ومنظم، ویشمل ذلك تنظیم ورش العمل، وإجراء الدورات التدریبیة، وتقدیم الموارد التعلیمیة المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهنى والأكاديمى المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي.*
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

### 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - وقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
    - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

							امج	، البرن	ہارات	طمه	مخط				
						نامج	ن البرا	وبة م		1	ات ال	مخرج			
		القيم				مهار اد		.f	رفة ئو ا		a f	اساس <i>ي</i> ام	اسم المقرر	رمز	السنة/ المستوي
ج4	3E	ج2	ج1	44	ب3	ب2	ب1	41	31	21	11	اختياري	·	المقرر	
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		إدارة الأعمال 1											
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		إدارة التسويق 1											
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		إحصاء 1											
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		محاسبة مالية 1											
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		اقتصاد 1											
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		الله الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		ا ا
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسویق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير		
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Power Point Word &		السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2		الثانية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التوزيع		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>		إدارة المبيعات		
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓		Headway (elementary)		
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>		التطبيقات المكتبية Excel		
✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التسويق العالمي										
✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>		بحوث تسويق		
✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		سلوك مستهلك		السنة
✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>		ادارة المخاطر التسويقية		الثالثة
✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>		Headway (pre-		

												intermediate)	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	أساسيات	
	_	_	•	•	•	•	•	•	•	•	•	الأنترنت	
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>	أنظمة معلومات	
												تسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية	
												التسويعية المنظمات المنظمات	
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	التسويقية	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	ادارة الجودة	
•	•	•	•			•	•		<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض	
												التطبيقات	
✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الإحصائية في	
												التسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث	
				,						,		العلمي ادارة علاقات	
<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	الزبائن	
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	دراسات تسويقية	
			,	,		,	,					معاصرة 1	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية	
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويق الزراعي	
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويق الدوائي	
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويق الرياضي	
	,		,	,		,			,	,	,	المسؤولية	السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7 1 1 21	الرابعة
												والأحلاقية للنسويق	الر ابت
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسویقیة	
											,	معاصرة 2 الاستراتيجيات	
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويقية	
<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	النسويق الإلكتروني	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويق السياحي	
		ļ <b>,</b>										والفندقي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)	
			]		]	]		j .				(intermediate)	

\*يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر	
إدارة تسويق 1	
2. رمز المقرر	
AEMM23_102	
3. الفصل / السنة	
الكورس الاول + المرحلة الأولى 2023-2024	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2023/9/17	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضوري داخل المحاضره مع استخدام برنامج الواتساب لتبليغات الطلبة	بليغات الطلبة.
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	لي)
المرحلة الاولى / 45 ساعة / عدد الوحدات (3)	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)	(.
م. سعد عجاج خلف الايميل: <u>Sajaj95@tu.edu.iq</u> م.م. أحمد حميد عيسى الايميل: <u>ed.H.24@tu.edu.iq</u>	
8. اهداف المقرر	
1. وضع تد	1. وضع تصور كامل لدى الطالب عن مادة
مبادئ ادارة ا	مبادئ ادارة التسويق للمرحلة الاولى
2. توفير وأء	2. توفير وأعداد كوادر علمية رصينة تحاكى واقع
2 ( .1( + 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	ادارة التسويق.
3. اشاعة ال	3. اشاعة المعرفة من خلال التعاون مع الاقسام المناظرة و
	الندوات والمؤتمرات
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
1. توسیع م	1. توسيع مفهوم الطلبة حول موضوع التسويق.
الاستدانة حدة	2. تعزيز التفكير لدى الطلبة بأهمية التسويق في حياتهم.
د. احساب	3. اكساب الطلبة مهارات التي تمكنهم تحديث المعلومات لد
حول ادارة الت	حول ادارة التسويق.
10. بنية المقرر	

طريقة التقييم	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
مناقشة	نظري	الفصل الأول مقدمة في مبادئ ادارة التسويق.	شرح مفهوم التسويق	3	1
مناقشة	نظري	التوجهات الفلسفية لتطور مفهوم التسويق.	شرح فلسفة التسويق	3	2
مناقشة	نظري	ادارة التسويق	ماذا نقصد بأدارة التسويق	3	3
مناقشة	نظري	أهمية التسويق على مستوى الاقتصاد الكلي	شرح أهمية التسويق في الاقتصاد	3	4
امتحان الشهر الاول	نظري	الفصل الثاني النظام التسويقي والبيئة	البيئة التسويقية	3	5
مناقشة	نظري	الفصل الثالث نظام المعلومات التسويقي وبحوث التسويق	المعلومات التسويقية	3	6
مناقشة	نظري	الفصل الرابع سلوك المستهلك	مفهوم المستهلك	3	7
امتحان الشهر الثاني	نظري	الفصل الخامس تجزئة السوق وانواع المنتجات الاستهلاكية والصناعية	مفهوم تجزئة السوق	3	8

### 11. تقييم المقرر

تكون الدرجة من 100درجة توزع كما يلي:

30 درجة منها توزع :

1. 10 درجات امتحان الشهر اول.

2. 10 درجات امتحان الشهر الثاني.

3. 5 درجات مشاركات داخل الصف.

4. 5 درجات تحسب على الكوزات + حضور يومي.

بينما يكون نهائي الفصل من 70 درجة.

# 12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)

المراجع الرئيسة (المصادر)	كتاب الدكتور ثامر ياسر البكري في (مبادئ ادارة
	التسويق)
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية,	التقارير
التقارير)	
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت	مواقع الانترنيت

### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف:2023- 2024

تاريخ ملء الملف: 2023/9/17

التوقيع:

اسم المعاون العلمي: آ.م.د. أشرف هاشم فارس

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 17 / 9 / 2023

التاريخ: 17 / 9 /2023

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان المدرس المساعتة

التوقيع

مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الاداء

التاريخ: 17/ 9 /2023

#### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

#### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من الكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
    - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

### 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

	صف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة									
معتمدة	الساعات ال	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى						
عملي	نظري									
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101							
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102							
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103							
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104							
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105							
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى						
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107							
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108							
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109							
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110							
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111							
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112							
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113							
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114							

	3	(1) (1) (1) (1)	A ENANGO 201	
		تسويق خدمات (1)	AEMM23_201	
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point Word &	AEMM23_207	الثانية
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	النرويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة

	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402
2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	النسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407
		للتسويق	1227117220_107
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. القطاع العام والخاص. نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع. المهارات - امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت. - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري. التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة. - ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. القيم التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته المهنية العالية. ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، النز اهة و الشفافية. ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في الجودة. العمل. 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- 1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
  - 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
    - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب
       والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
  - 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
  - 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
    - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
       مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
    - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

## أعضاء هيئة التدريس

اعداد الهيئة التدريسية		المتطلبات/المهارات	ص	التخصد			
		(ان وجدت)			الرتبة العلمية		
محاضر	ملاك		خاص	عام			
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر		
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم		
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	مد ثائر جاسم محمد عفتان		
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشید سلمان		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حميد نايف حميد		
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسى حمد محمد شيحان		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسين عبد فرحان		
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جميل		
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م م حنان محمد ابراهیم جاسم		

### التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
  - 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
  - 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
    - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
       المستخدمة في القسم.
    - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية
       وقواعد السلوك.

7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

## التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- 1. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء
   الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي.*
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

## 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.

- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
    - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

مخطط مهارات البرنامج															
مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج															
		القيم			ت	مهار ان ا	الد		رفة			اساسىي ام	اسم المقرر	رمز	السنة/ المستوى
ج4	3 <del>5</del>	ج2	ج1	4ب	ب3	ب2	ب1	41	31	21	1)	اختياري	33	المقرر	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		السنة الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		
<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		
<b>√</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		-
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		التسعير		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		الادارة		
													الاستراتيجية أساليب كمية في		السنة الثانية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساليب حميه في التسويق		
					<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓ <b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>*</b>		التطبيقات		
<b>✓</b>	<b>✓</b>			<b>√</b>									المكتبية Power		
									•	•			Point Word		
									/	<b>√</b>			&		
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		<b>√</b>				تسویق خدمات 2		
<b>✓</b>	✓ ✓	<b>✓</b>	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التوزيع		
	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>v</b>	<b>'</b>	<b>v</b>	<b>'</b>	<b>v</b>	<b>V</b>	✓	✓	✓		الترويج ادارة العالمة		-
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اداره العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		الدهلية إدارة المبيعات		
													Headway		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>		(elementary)		-
✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبيةExcel	_	

						1		1					
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق العالمي	
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	بحوث تسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهلك	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>✓</b>	ادارة المخاطر التسويقية	
<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	>	Headway (pre- intermediate)	
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	أساسيات الأنترنت	
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	أنظمة معلومات نة تسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	لثة ادارة المعرفة التسويقية	الثا
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	التطبيقات الإحصائية في التسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسویقیة معاصرة 1	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	التسويق الدوائي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>✓</b>	التسويق الرياضي	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	الس الرا
✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	دراسات تسویقیة معاصرة 2	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني	
✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)	

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

	1. اسم المقرر:							
	مبادئ الإحصاء 1 لأداره التسويق							
	2. رمز المقرر:							
	AEMM23_103							
	3. الفصل / السنة /							
	الكورس الأول 2023 - 2024							
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف:							
	•							
	2023/9/17							
	5. أشكال الحضور المتاحة:							
	حضوري							
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) /								
عدد الوحدات (3): 45 ساعة								
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر):								
	الاسم: م.د ثائر جاسم محمد							
	8. اهداف المقرر							
	8. اهدای المعرر							
1- هدف هذا المقرر يتمثل في تزويد الطلبة بنظرة شاملة								
حول المفاهيم الأساسية في مجال الإحصاء التي								
يتعين على الطلبة اكتسابها.								
2- يهدف المقرر أيضًا إلى توضيح المصطلحات ذات								
الصلة واستيعاب معانيها، بهدف استعراض الدور								
الحيوي لهذه المفاهيم في تحقيق التفوق التنافسي								
للمنظمات العاملة في مجال الأعمال.	To be the stant							
3- تحليل البيانات والمعلومات بأساليب إحصائية دقيقة.	اهداف المادة الدر اسية							
4- استيعاب المفاهيم الرباضية المجردة								
5 - يسعى الطالب الى الاستنباط والاستنتاج لفهم								
قوانين الاسس الرياضية .								
- 6- يزيد من قدرة الطالب على التفكير الرياضي المنطقي								
7- يصبح الطالب قادر على حل الاسئلة التي تتعلق								
بالموضوع								
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم							

- استخدام السبورة.
  - واجبات بيتية.
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها.
  - التعليم المدمج
  - استخدام أساليب الايضاح المرئية (الداتا شو)

## الاستراتيجية

10. بنية المقرر

					10. بنيه المقر
طريقة	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم	الساعات	الأسبوع
التقييم			المطلوبة		
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	تعريف علم احصاء واهميته والطرق	معرفة ما هو	3	1
وصياغة ثلاثة اسلئة		الاحصائية في البحث العلمي	الاحصاء وفي اي		
على الأقل			المجالات يعمل		
وعمل امتحان سريع					
(کوز)					
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	اساليب ووسائل جمع البيانات وتصنيف	كيفية الحصول	3	2
وصياغة ثلاثة اسلئة		وتبويب البيانات	على البيانات من		
على الأقل			خلال مجتمع العينة		
وعمل امتحان سريع					
(کوز)					
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	المتغيرات العشوائية والعرض الجدولي	كيفية الحصول	3	3
وصياغة ثلاثة اسلئة		للبيانات	على العينات		
على الأقل			بطريقة عشوائية		
وعمل امتحان سريع			وعرضها في		
(کوز)			جداول		
متابعة الواجبات البيتية	نظربة وإمثلة عملية	التوزيع التكراري النسبي والمزدوج	تعلم انشاء جدول	3	4
وصياغة ثلاثة اسلئة		والتكرار المتجمع الصاعد والنازل	توزيع تكراري		-
على الاقل			حسب متطلبات		
عي توس			الدراسة		
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	العرض الهندسى للبيانات	تعلم رسم الاشرطة	3	5
وصياغة ثلاثة اسلئة	-		البيانية والمستطيل		
على الأقل			البياني والدائرة		
وعمل امتحان سريع			البيانية بالإضافة		
(کوز)			الى المضلع		
(55 /			والمنحنى والمدرج		
			المتكراري		
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وإمثلة عملية	مقاييس النزعة المركزية	معرفة الوسط	3	6
وصياغة ثلاثة اسلئة			الحسابي والوسط		
على الأقل			المرجح والوسط		
وعمل امتحان سريع			التربيعي		
(کوز)					
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	مقاييس النزعة المركزية	معرفة ما هو	3	7
وصياغة ثلاثة اسلئة	-		الوسط التوافقي		
وعمل امتحان سريع			والوسط الهندسي		
(كوز)على الاقل			والمنوال والوسيط		
_ (***)			والعلاقة بين		
			المقاييس		
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	مقاييس التشتت المطلقة: المدى	قياس الاختلاف في	3	8
وصياغة ثلاثة اسلئة		والانحراف المتوسط	البيانات		
على الأقل					
وعمل امتحان سريع					
( <b>کو</b> ز)					
			1		t

7	7 1 715 1 7 100	الانحراف المعياري والتباين	قياس الاختلاف في		•
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	الانكراف المعياري والتبايل	فياس الإحداث في البيانات	3	9
وصياغة ثلاثة اسلئة			البيات		
على الأقل					
وعمل امتحان سريع					
(کوز)					
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	مقاييس التشتت النسبية: معامل الاختلاف	قياس الاختلاف في	3	10
وصياغة ثلاثة اسلئة		والدرجة المعيارية	البيانات		
على الأقل					
وعمل امتحان سريع					
(کوز)					
متابعة الواجبات البيتية	نظرية وامثلة عملية	الارتباط البسيط بيرسون	قياس العلاقة	3	11
وصياغة ثلاثة اسلئة			الكمية بين		
على الأقل			المتغيرات		
وعمل امتحان سريع					
(کوز)					
متابعة الواجبات البيتية	نظربة وامثلة عملية	ارتباط الرتب سبيرمان	قياس العلاقة	3	12
وصياغة ثلاثة اسلئة			الرتبية بين		
على الأقل			المتغيرات		
وعمل امتحان سريع					
(کوز)					
متابعة الواجبات البيتية	نظربة وامثلة عملية	ارتباط الصفات: معامل التوافق، معامل	قياس العلاقة بين	3	13
	. 5.3	الاقتران	المتغيرات	J	10
على الأقل					
وعمل امتحان سربع					
وعل المصان عمريي (كوز)					
رحور) متابعة الواجبات البيتية	نظربة وإمثلة عملية	الانحدار الخطى البسيط	انموذج العلاقة بين	3	14
وصياغة ثلاثة اسلئة	عريه والمعه حميه	,,,,	المتغيرات المتغيرات	3	14
وسي عد درو المساد					
وعمل امتحان سربع					
وعس المصال سريح (كوز)					
رحور) متابعة الواجبات البيتية	نظربة وإمثلة عملية	الانحدار الخطى المتعدد	انموذج العلاقة بين	3	15
منابعه الواجبات البينيه وصياغة ثلاثة اسلئة	نظريه وامنته حمنيه	اله تحدار الحصي المستد	المودج العرف بين المتغيرات	3	15
وصلياعه للاله اسلله على الأقل			_,,		
على الاش وعمل امتحان سريع					
(کوز)					

#### 11. تقييم المقرر

الدرجة النهائية للتقييم من 100 درجة، والحد الادنى للنجاح هو 50 درجة، وتتوزع درجة التقييم على سعي من 30 درجة وامتحان نهاية الكورس 70 درجة وكالاتي:

- الامتحان شهر الاول 10 درجات
- امتحان الشهر الثاني 10 درجات
- التحضير اليومي ودرجات الامتحان السريع (الكوز) 5 درجات
  - المشاركات 5 درجات

امتحان نهاية الكورس 70 درجة

## 12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	كتاب الاحصاء, محمود حسن المشهداني وامير حنا
	هرمز, جامعة بغداد 1989.
المراجع الرئيسة (المصادر)	احصاء المال والاعمال, كمال علوان خلف
	المشهداني, محمد نذير الشمري, 2012. ،كتاب
	المدخل الى الإحصاء: الدكتورخاشع محمود
	الراويسنة التأليف2000 ، الطبعة الثانية،
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية,	كتاب الاحصاء تاليف الدكتور احمد عبدالسميع
التقارير)	طبية, 2008, ط 1, دار البداية, عمان.
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت	المو اقع التي تخص علم الحصاء والبرامج
	الاحصائية
	https://www.Stastistics.com

### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 17 / 9 /2023

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم المعاون العلمي: آ.م. د. أشرف هاشم فارس

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 17 / 9 / 2023

التاريخ: 17 / 9 /2023

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان المكرس للستاعية

مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الاداء

التاريخ: 17/ 9 /2023

### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من الكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
    - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

## 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

		ä	ج / منهاج قسم الإدارة العام	7. وصف البرنام	
لمعتمدة	الساعات اا	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى	
عملي	نظري				
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101		
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102		
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103		
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104		
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105		
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى	
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107		
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108		
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109		
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110		
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111		
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112		
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113		
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114		

	3	(1) (1) (1) (1)	A ENANGO 201			
		تسويق خدمات (1)	AEMM23_201			
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202			
	2	المنتج	AEMM23_203			
	2	التسعير	AEMM23_204			
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205			
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206			
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point Word &	AEMM23_207	الثانية		
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208			
	2	التوزيع	AEMM23_209			
	2	النرويج	AEMM23_210			
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211			
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212			
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	1		
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214			
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301			
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302			
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303			
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304			
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305			
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306			
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة		
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308			
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309			
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310			
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311			
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312			
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313			
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة		

	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402
2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	النسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407
		للتسويق	122/11/220_10/
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

## المعرفة

قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. القطاع العام والخاص. نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع. المهارات - امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت. - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري. التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة. - ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. القيم التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته المهنية العالية. ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، النز اهة و الشفافية. ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في الجودة. العمل. 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- 1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
  - 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
    - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب
       والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
  - 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
  - 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
    - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
       مثل التحليل و التخطيط و الاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية و مشكلات تطبيقية.
    - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

### 11. الهيئة التدريسية

# أعضاء هيئة التدريس

الهيئة	اعداد	المتطلبات/المهارات	ص	التخصد			
يسية	التدر	(ان وجدت)			الرتبة العلمية		
محاضر	ملاك		خاص	عام			
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر		
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم		
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	مد ثائر جاسم محمد عفتان		
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشید سلمان		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حميد نايف حميد		
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسى حمد محمد شيحان		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسين عبد فرحان		
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جميل		
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م م حنان محمد ابراهیم جاسم		

## التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
  - 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
  - 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
    - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
       المستخدمة في القسم.
    - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية
       وقواعد السلوك.

7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

# التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- 1. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء
   الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي.*
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

# 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

# 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.

- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
    - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

	مخطط مهارات البرنامج														
						نامج	ن البرا	وبة م	المطا	تعلم	ات ال	مخرج			
	I .	القيم	l .	l .		مهار اد ا		. 6	رفة			اساس <i>ي</i> ام	اسم المقرر	رمز	السنة/ المستوى
ج4	35	ج2	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	41	31	21	1	اختياري	,	المقرر	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>		إدارة الأعمال 2		السنة
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>		إدارة التسويق 2		الاولى
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>		إحصاء 2		
✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسویق خدمات 1		
<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		الادارة		
	,	,		,	,	Ť	•	,					الاستراتيجية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
													التطبيقات		
			<b>✓</b>	<b>✓</b>									المكتبية Power		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	•	•	✓	✓	$\checkmark$	✓	•	•	<b>V</b>		Point Word		السنة
													&		الثانية
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2		(سيو-
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التوزيع		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		ادارة العالمة التجارية والمكانة		
													الدهنية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المبيعات		
✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (elementary)		
✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبيةExcel		

			1					1		1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق العالمي
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	بحوث تسويق
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهاك
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	Headway (pre- intermediate)
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الثالثة ادارة المعرفة التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	التطبيقات الإحصائية في التسويق
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	در اسات تسویقیة معاصرة 1
✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات النسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	السنة المسؤولية الاجتماعية الرابعة والاخلاقية للتسويق
✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	دراسات تسویقیة معاصرة 2
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

<b>ــــــــــــــــــــــــــــــــــــ</b>	<b>3</b> -
	1. اسم المقرر/
	المحاسبة المالية 1
	2. رمز المقرر /
	AEMM23_104
	3. القصل / السنة
	الكورس الاول / المرحلة الأولى
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف
	2024\1\28
	5. أشكال الحضور المتاحة
	الحضوري للطلبة
(4	6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلم
	45 ساعة ل 3 وحدات بالأسبوع
	7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)
afaaqalbadri@tu.edu.iq :الايميك	أ.م. آفاق ذنون إبراهيم
	8. اهداف المقرر
1-معرفة كيفية حساب الخصومات التجارية والحصول	اهداف المادة الدر اسية
عليها	
2-معرفة التعامل بالأوراق التجارية الكمبيالات والصكوك	
3-كيفية تصحيح الأخطاء المحاسبية غير العمدية بالطرق	
المحاسبية المتعارف عليها	
4-معرفة كيفية اجراء التسويات الجردية والتأهب	
للحسابات الختامية	
5- معرفة كيفية اعداد وتنظيم الحسابات الختامية	
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم
1-إدارة المحاضرة على نحو تطبيقي مرتبط بواقع الحياة	الاستر اتيجية
اليومية لجذب الطالب الى موضوع المحاضرة دون	
الابتعاد عن صلب الموضوع لتكون المحاضرة مرنة	
وقابلة للفهم والتحليل.	
2- تكليف الطالب ببعض الأنشطة والواجبات الجماعية.	
3- تخصيص نسبة من الدرجة للواجبات اليومية	
والاختبارات	

				مقرر	10. بنية ال
طريقة التقييم	طريقة	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
	التعلم				
التحضير اليومي،	محاضرة	المحاسبة في العمل	مدخل للمحاسبة وبيئة الشركات	3	الاول
الاختبارات الشفوية،					
والتحريرية التحضير اليومي،	محاضرة	الوظائف الأساسية للمحاسبة	طبيعة وظيفة المحاسبة وايصال	3	الثاني
الاختبار ات الشفوية،	مفاصرة	الوصاحة الإساسية للمحاسبة	معلوماتها مستخدمي المعلومات	3	التاتي
والتحريرية					
التحضير اليومي،	محاضرة	الجانب العلمي للمحاسبة	معرفة الأهداف والمبادئ والفرضيات	3	الثالث
الاختبارات الشفوية، والتحريرية					
التحضير اليومي،	محاضرة	القيد المفرد	معرفة تسجيل القيد المفرد في	3	الرابع
الاختبار ات الشقوية،		,	المشروعات الفردية		(, 3
والتحريرية		er 1 21 1 2 2	, V V		
التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية،	محاضرة	العمليات المحاسبية	معرفة معادلة الميزانية	3	الخامس
الاحتبارات السعويد،					
التحضير اليومي،	محاضرة	مفاهيم القيد المزدوج	معرفة المستندات والسجلات المحاسبية	3	السادس
الإختبارات الشفوية،					
والتحريرية	* . • 1	_ \: 1(\:\z1)	كيفية تسجيل القيد المزدوج	2	السابع
التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية،	محاضرة	القيد المزدوج	كيفيه نسجيل الفيد المردوج	3	السابغ
والتحريرية					
التحضير اليومي،	محاضرة	الدورة المحاسبية	تحليل العمليات -تسجيل -ترحيل	3	الثامن
الاختبارات الشفوية،			ترصيد – ميزان مراجعة		
والتحريرية التحضير اليومي،	محاضرة	المحاسبة عن تكوين الشركات	معرفة تقديم راس المال وزيادته	3	التاسع
الاختبار ات الشفوية،	مفاصرة	المحاسبة فل تحويل الشرحات	وتخفيضه	3	القاشح
والتحريرية					
التحضير اليومي،	محاضرة	المسحوبات الشخصية والقروض	معرفة تسجيل المسحوبات الشخصية	3	العاشر
الاختبارات الشفوية، والتحريرية			والقروض والفوائد		
والتحضير اليومي،	محاضرة	المصروفات الايرادية والرأسمالية	معرفة طرق تسجيل المصروفات	3	الحادي عشر
الاختبارات الشفوية،		. 33 . 3. 33	الأيرادية والرأسمالية	-	
والتحريرية	1		1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		الحد د
التحضير اليومي، الاختبار ات الشفوية،	محاضرة	المحاسبة عن البضاعة- مشتريات	معرفة تسجيل المشتريات ومردوداتها وممسوحاتها ومصاريف الشراء	3	الثاني عشر
الاحتبارات السفوية،			وممسوحاتها ومصاريف استراء		
التحضير اليومي،	محاضرة	المحاسبة عن البضاعة- مبيعات	معرفة تسجيل المبيعات ومردوداتها	3	الثالث عشر
الاختبارات الشفوية،			وممسوحاتها ومصاريف الشراء		
والتحريرية	z . · 1	t- ता द अह	معرفة اعداد وتنظيم قائمة الدخل ، كشف	2	الأ ان حق
التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية،	محاضرة	قائمة الدحل	معرفه اعداد وتنظيم قائمه الدخل ، كشف	3	الرابع عشر
والتحريرية					
التحضير اليومي،	محاضرة	قائمة المركز المالي	معرفة اعداد وتنظيم قائمة المركز المالح	3	الخامس عشر
الاختبار ات الشفوية،					
والتحريرية					

# 11. تقييم المقرر

امتحانات فجائية: 5 درجات

اختبارات شفوية للمحاضرات السابقة تكون على شكل مسابقة: 5 درجات

امتحان شهري: 20 درجات

	السعي :30 درجة
	الامتحان النهائي:70 درجة
	12. مصادر التعلم والتدريس
,Kieso, D., et al, Principles of Accounting	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
(th , ED, John Wiley & Sons, 201210)	
الحيالي والكسب، صدام محمد، علي إبر اهيم ، مبادئ المحاسبة	المراجع الرئيسة (المصادر)
2017، جامعة تكريت، العراق .	
مكتبة الكلية ومكتبة الجامعة والمجلات المحاسبية التخصصية	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية،
	التقارير)
https://up.acc-arab.com/do.php?id=265	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنيت

### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: ١٧ / ٩ /٢٠٢٣

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم المعاون العلمي: آ.م. د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 17 / 9 / 2023

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 17 / 9 /2023

دقق الملف من قبل

التوقيع\_\_

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان المدرس المدرس المسلمات

مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الاداء

التاريخ: 17/9/2023

### ١. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

### ٢. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

#### ٣. اهداف البرنامج

- ١. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات
   التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - ٣. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - ٤. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - ٥. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - ٦. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- ٧. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات
   والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - ٨. تنمية وتطوير البحث العلمى داخل القسم.
  - أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - ١٠. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - ١١. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - ١٢. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

## ٤. الاعتماد البرامجي

١. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# ٥. المؤثرات الخارجية الأخرى

٢. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				٦. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	% ५ , ६	١ ٤	٦	متطلبات المؤسسة
	% \ A	**	١.	متطلبات الكلية
	%٧٢,٦	1.9	٤٠	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

	. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة											
لمعتمدة	الساعات ا	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى								
عملي	نظري											
	3	إدارة الأعمال ١	AEMM23_101									
	3	إدارة التسويق ١	AEMM23_102									
2	1	إحصاء ١	AEMM23_103									
2	1	محاسبة مالية ١	AEMM23_104									
2	1	اقتصاد ۱	AEMM23_105									
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى								
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107									
	3	إدارة الأعمال ٢	AEMM23_108									
	3	إدارة التسويق ٢	AEMM23_109									
2	1	إحصاء ٢	AEMM23_110									
2	1	محاسبة مالية ٢	AEMM23_111									
2	1	اقتصاد ۲	AEMM23_112									
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113									
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114									

	3	تسویق خدمات (۱)	AEMM23_201	
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23 203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
			-	
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
*	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
4	1	Power Point النطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	الثانية
	3	تسویق خدمات (۲)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	النرويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
۲	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
۲	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
۲	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة

	3	در اسات تسویقیهٔ معاصرهٔ (۱)	AEMM23_402
			_
*	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23 407
		التسويق	AEMINI25_407
	3	در اسات تسويقية معاصرة (٢)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
*	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

# ٨. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

#### لمعرفة

- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية	- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات
والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.	القطاع العام والخاص.
	<ul> <li>نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما</li> </ul>
	يحقق تطلعات المجتمع.
	المهارات
<ul> <li>امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على</li> </ul>	<ul> <li>تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.</li> </ul>
التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.	- خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
<ul> <li>ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في</li> </ul>	- التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.
كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.	
	القيم
<ul> <li>التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة</li> </ul>	<ul> <li>ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.</li> </ul>
المهنية العالية.	<ul> <li>خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.</li> </ul>
<ul> <li>ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية،</li> </ul>	<ul> <li>النزاهة والشفافية.</li> </ul>
ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في	- الجودة.
العمل.	
	٩. استراتيجيات التعليم والتعلم

١. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل

- المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
- ٢. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - ٣. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب
     والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
- التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- و. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - ٧. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم
     التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### ١٠. طرائق التقييم

- ١. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 7. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- ٤. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم
   تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - و. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 7. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- ٧. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي
   خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

### ١١. الهيئة التدريسية

	التخص	ص	المتطلبات/المهارات	اعداد	الهيئة	
الرتبة العلمية			(ان وجدت)	التدر	التدريسية	
	عام	خاص		ملاك	محاضر	
د. فراس فرحان جدي صفر	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك		
و. مي حمودي عبدالله جاسم	إدارة أعمال	تنمية		ملاك		
د ثائر جاسم محمد عفتان	إدارة أعمال	موارد بشرية		ملاك		
د. فراس حسن رشید سلمان	إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك		
م. محمد حمید نایف حمید	إدارة أعمال			ملاك		
م موسی حمد محمد شیحان	إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك		
م احمد حمید عیسی جاسم	إدارة أعمال			ملاك		
م مروان حسين عبد فرحان	إدارة أعمال			ملاك		
سعد عجاج خلف جميل	إدارة أعمال	تسويق		ملاك		
م حنان محمد ابراهیم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك		

#### التطوير المهنى

## توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- ٢- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفر غين
   وغير المتفر غين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
- ٣- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن
   القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
- ٤- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
  - و- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية المستخدمة في القسم.
  - ٦- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- ٧- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين من
   خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

#### التطوير المهنى لأعضاء هيئة التدريس

- ١. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- ٢. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء
   الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس
   الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس،
     مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهنى والأكاديمي المستمر.
  - المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### ١٢. معيار القبول

- ۱- قبول مرکز*ي.*
- ٢- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - ٣- تعليم حكومي خاص

# ١٣. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- ١- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - ٢- اوليات استحداث القسم.

### ١٤. خطة تطوير البرنامج

- ١- تطوير المناهج الدراسية.
  - ٢- فتح دراسات مسائية
- ٣- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- ٤- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - ٥- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.

# ٦- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

مخطط مهارات البرنامج															
مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج															
		القيم		,		مهار اد د ا		٤١	رفة ا۳	المع ۲۱	11	اساس <i>ي</i> ام	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
ج ۽	ج٣	ج۲	ج ۱	ب٤	ب۳	۲ب	ب١				11	اختياري		استرر	
<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد ۱		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		z. n
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال ٢		السنة الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق ٢		' ۵ و کی
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد ۲		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓		تسويق خدمات ١		
✓	$\checkmark$	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓		التسعير		
✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
													التطبيقات المكتبية		
$\checkmark$	$\checkmark$	$\checkmark$	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Power Point		
													Word &		السنة
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		تسویق خدمات ۲		الثانية
<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التوزيع		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		إدارة المبيعات		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>		Headway (elementary)		
✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>		التطبيقات المكتبية Excel		
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التسويق العالمي		** * **
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		بحوث تسويق		السنة
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		سلوك مستهلك		الثالثة

	1	1	1	1	ı				1	1	ı		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	ادارة المخاطر	
												التسويقية	
												Headway	
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	(pre-	
												intermediate)	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات	
												الأنترنت	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات	
												تسويقية ادارة المعرفة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويقية	
												التسويعية إدارة المنظمات	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية	
												ادارة الجودة	
$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	التسويقية	
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	إدارة التفاوض	
	_	_	•	•	_	_	_	<u> </u>	_	•	•	التطبيقات	
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التطبيقات الإحصائية في	
•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	التسويق	
												مناهج البحث	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	العلمي	
												ادارة علاقات	
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	الزبائن	
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	در اسات تسویقیه	
	<b>V</b>	•	•	•	V	•	V	•	•	•	V	معاصرة ١	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	قواعد البيانات	
												التسويقية	
<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي	
	,		,									المسؤولية	السنة
$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاجتماعية	الرابعة
												والاخلاقية للتسويق	
✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	دراسات تسويقية	
												معاصرة ٢	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية	
<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	التسويق الإلكتروني	_									
	<b>-</b>											التسويق السياحي	_
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	النسويق السياحي و الفندقي	
					,			,				Headway	
✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	(intermediate)	
<u> </u>	1	1	1	1	<u> </u>	1	L	<u> </u>	<u> </u>	1	<u> </u>	11	

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

إ. اسم المقرر مبلدي القتصاد ا  7. رمز المقرر  8. القصل / المسلة  7. رمز المقرر  9. القصل / المسلة  10. القصل / المسلة  10. القصل الأول/الكورس الاول ـ العام الدراسي ٢٠٠٣ - ٢٠٢٤ / ٢٠٢٢  10. الراسية (الكلم) / عدد الوحدات (الكلم)  11. عدد المساعات الدراسية (الكلم) / عدد الوحدات (الكلم)  12. عدد المساعات الدراسية (الكلم) / عدد الوحدات (١٣)  13. عدد المساعات الدراسية (الكلم) / عدد الوحدات (١٣)  14. المداف المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)  15. اسم مصدوول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)  16. اهداف المقرر الدراسية والإسلام المقرر الإداري المتعادية على التطوير الإداري المتعادية على التطوير الإداري المتعادية والمسادي والمهدة أي المتعادية المتعادية والمسادي والمهدة المتعادية المتعادية والقدادة من توظيفها في التنظيم والمناد المتعادية والقدادة من توظيفها في المتعادية والقدادة من على المتعادية من المتعادية من المتعادية من على المتعادية من على المتعادية والمتعادية من على المتعادية والمتعادية والمتعادية المتعادية المتعادية والمتعادية والمتعادية المتعادية والمتعادية المتعادية المتعادية المتعادية المتعادية والمتعادية المتعادية المتعادية المتعادية والمتعادية المتعادية والمتعادية والمتعادية المتعادية ال		
رمز المقرر     الفصل / السنة     الفصل / السنة     الفصل / السنة     الفصل / العام الدراسي ٢٠٠٢ - ٢٠٢٠     عاد المقال الاول الكول العام الدراسي ٢٠٠٢ - ٢٠٢٠     عاد الماحدة الماحدة الوحدات (٢٠)     عاد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)     عاد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (٣)     عاد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (٣)     ما ساعات اسبوعيا (٥٠) ساعة /عدد الوحدات (٣)     ما ساعات اسبوعيا (٥٠) ساعة /عدد الوحدات (٣)     ما ساعات الدراسية (الا الكثر من اسم يذكر)     ما ساعات اسبوعيا (١٥) المقرر الدراسي (الذا لكثر من اسم يذكر)     ما ساعات الدراسية (القرار الدراسية والساعة والمقرر الدراسية والمقرر الدراسية والمقرر الدراسية والمقرر الدراسية والمؤلف الإعلام المؤلف الإعلام المؤلف الإعلام المؤلف الإعلام المؤلف المؤلف الإعلام المؤلف الإعلام والمؤلف المؤلف ال		' '
القصل / السنة المناسلة الأول/الكورس الاول العام الدراسي ٢٠٢٢ - ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٢٠ . ٢٠٠٠ . ١ . ١ . ١ . ١ . ١ . ١ . ١ . ١ . ١		مبادی اقتصاد ۱
"القصل الأول/الكورس الاول -العام الدراسي ٢٠٢٢ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٢٤ - ٢٠٠٤		٢. رمز المقرر
الفصل الأول/الكورس الاول ـالعام الدراسي ٢٠٢٣ - ٢٠٢٣ ع. تاريخ إعداد هذا الوصف و . أشكال الحضور المتاحة حضوري حضوري ٢٠٢٦ ٢ عدد الوحدات (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي) ٢ مساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (٣) ٢ مساعات المسوعيا (٥٠) مساعة أحدد الوحدات (٣) ٢ مساعات المسوعيا (١٤١٤ الكثر من اسم يذكر) م. لم مساول المقرر الدراسي (اذا الكثر من اسم يذكر) و حل الشقل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري مجهولة . والاقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو . تنمية الطنقير الإيجابي في معلومة وادبيلته لكي تتوسع عدرات الطنبة في المجال الأقتصادي وتتمية قدراتهم في و تزويد المشائل التي تواجه المشائل بطريقة منطقيه وعلميه . مبدان عمله الإلاث الإيجابية نفي حال المشائل بطريقة منطقيه وعلميه . والمعتر المسود والمعال الحياة المسائل التي تواجه المجتمع . والمعتر التجويات التعليم والتعلم والتعلم والتعلم والتعلم والمعال الحياة المستر التيجيات التعليم والتعلم والمعال الحياة المسائل التي تواجه المجتمع . وممن نهم أن بطلاب الحالات الطبيقية التراسية الحقيقية لتطبيل مقاهم ويمن المهان المواق التناتي ويتعلموا كيفية . وممن نهم أن بطنوا المناتي ويتعلموا كيفية . وممن نهم أن بطنوا التناتي ويتعلموا كيفية . التعلم التعلوني الطارية المدامة في مجموعات صغيرة لحل مسائل القدائر الإدارية المدامة . والمدائر المسائل التناقية المدارية المدامة . والمدائر المسائل التناقية المدارية المدامة . والمدائر المسائل التناقية المدارية المدامة . والمسائل التناقية المدارات الإدارية المدامة . والمدائر المسائل التناقية المدامة التعلم المسائل التناقية المدامة المسائل التناقية المسائل التناقية المدامة المسائل التناقية المدامة المسائل		AEMM23_105
تاريخ إعداد هذا الوصف     م. أشكال الحضور المتاحة     م. أشكال الحضور المتاحة     م. أشكال الحضور المتاحة     ما المناعث الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)     م. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)     م. عدد الساعات المبوعيا (٥٠) ساعة /عدد الوحدات (٣)     م. عدد علاء عبدالجبار حسين     م. عدا المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والأقصادي المتبعة في الممل والتي قد تكون محددة يظروف معلومة أو لديه مدارك الطرة والقصادي وتنمية طرف معلومة أو الديه مدارك الطرة والإقصادي وتنمية قرائم في المهارات المتاقية واقصادية تكون محددة يظروف معلومة أو متبعة المدارك الطابة في المجال الاقصادي وتنمية قرائم في ميدان عمله وتنمية واقصادية تمكنه من توطيفها في ميدان عمله وتنمية المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه.     منا المدارة الدراسية المناكل المناكل بطريقة منطقيه وعلميه.     منا المدارك الإيجابية لعلم الإنجارة والشابك بينهما وتنمين المتاقي الإيجابية لعلم الإيجابية لعلم المتاقية التطابق مقاهم المناكل		٣. الفصل / السنة
تاريخ إعداد هذا الوصف     م. أشكال الحضور المتاحة     م. أشكال الحضور المتاحة     م. أشكال الحضور المتاحة     ما المناعث الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)     م. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)     م. عدد الساعات المبوعيا (٥٠) ساعة /عدد الوحدات (٣)     م. عدد علاء عبدالجبار حسين     م. عدا المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والأقصادي المتبعة في الممل والتي قد تكون محددة يظروف معلومة أو لديه مدارك الطرة والقصادي وتنمية طرف معلومة أو الديه مدارك الطرة والإقصادي وتنمية قرائم في المهارات المتاقية واقصادية تكون محددة يظروف معلومة أو متبعة المدارك الطابة في المجال الاقصادي وتنمية قرائم في ميدان عمله وتنمية واقصادية تمكنه من توطيفها في ميدان عمله وتنمية المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه.     منا المدارة الدراسية المناكل المناكل بطريقة منطقيه وعلميه.     منا المدارك الإيجابية لعلم الإنجارة والشابك بينهما وتنمين المتاقي الإيجابية لعلم الإيجابية لعلم المتاقية التطابق مقاهم المناكل	Y . Y	الفصل الأول/الكورس الاول العام الدراسي ٢٠٢٣ ع
مضوري حدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)  7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)  8. ساعات اسبوعيا (٥٤) ساعة /عدد الوحدات (٣)  9. ساعات اسبوعيا (١٥٤) ساعة /عدد الوحدات (٣)  ٨. اهداف المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)  9. حل المشاقل بلطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري مجهولة.  9. تتمين الطلبة من فهم مبلدي الاقتصاد و وأدبياته لكي تتوسع مجهولة.  1 التفكير السابق.  1 والأقصاد المشاقل الإجهابية والقصادية تمكن المشاقلية وعليه.  1 وتوطيف الاقتصاد في علم الادارة والشابكة بينهما وتدمين المتاقلية وعليه.  1 ويظيف الاقتصاد في علم الادارة والشابكة بينهما وتدمين المتاقلية وعليه.  1 التعليم السابة من الهم الإثار الإيجابية لفع الاقتصاد في عنوير مفاصل الحياة.  1 المتلر التيجيات المتعليم والقطم  2 الاقتصاد في سيقات واقعية.  3 الاشتار التيجية الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم الإستر التيجية ويتعلموا كيفية  4 ويمكن لهم أن يخطوا البيقات، ويستنجوا التناج، ويتعلموا كيفية الأستاد أله المحادة. ويستنجوا التناج، ويتعلموا كيفية التصادية وادارية.  8 التعلم التعادي للطلاب بالعمل ممًا في مجمو عات صغيرة لحل مسائل القصاد. والمدينة المسائل التناج، ويتعلموا كيفية التصادية وادارية.		
م اشكال الحضور المتاحة حضوري حضوري حدد الوحدات (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)  7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (۱۳)  8. ساعات اسبوعيا (٥٠) ساعة /عدد الوحدات (۱۳)  9. م. علاء عبدالجبار حسين  10. م. علاء عبدالجبار حسين  11. ما المداف المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)  12. مولانه مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)  13. مولانه مله مهادي الاقتصادي مدد بظروف معلومة أو الاقتصادي والمتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو التخوير السبيا منه والديات الكير السبيا منه والديات التفرير السبيا منه والميات المتعلق والتفادي وتتمية قدراتهم في منه المدادة الدراسية قدراتهم في منه المثال التفكير الإجابية في من المثالان بظريقة منطقه و علميه.  14. تنمية التقدير الإجابية علم الإدارة والتشليك بينهما وتدكين المتلقي المثلث الميات والميات التعليم والتعلم والتعلم والتعلم والتعلم والمتعلم الدياة الإستراتيجيات التعليم والتعلم والمعلم المناق ال		· ·
حضوري  7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)  8. ساعات اسبوعا (ه ٤) ساعة /عدد الوحدات (٣)  9. ساعات اسبوعا (ه ٤) ساعة /عدد الوحدات (٣)  ٨. اهداف المقرر الدراسي (ادًا اكثر من اسم يذكر)  المداف المقرر الدراسي (ادًا اكثر من اسم يذكر)  المداف المقرر الدراسية التطوير الإداري والأقتصاد ومفهومه وادبياته لكي تتوسع مجهولة.  التكور السليم التكور السليم والتيات الكير الإجابية في المجال الاقتصادي وتتمية قراتهم في ميزو المتلقى بمهارات الطلبة في المجال الاقتصادي وتتمية قراتهم في ميزود المتلقى بمهارات الحصائية واقتصادي وتتمية قراتهم في وتتويد المتلقى بمهارات الحصائية والمتمال الميزوة والمتلقى وتتمية المرات عليه والميزود والمتلقى والمجتمع.  9. المثير التيجيات التعليم والتعلم  10. التعلم الإدارة والشليلة الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم الاستراتيجيات التعليم والمتعلم الميزود ويتعلم الميزود ويتعلم ويتعلم ويتعلم الميزودية الملاب الملاب الملاب الملاب الملاب الملاب الملاب الملاب المدوعات صغيرة لحل مسائل التعادي والتعلية والرارية الملاب الملاب الملاب علمل مقا في مجموعات صغيرة لحل مسائل التعادي والتعلية والرارية الملاب الملاب الملاب المالم مقا في مجموعات صغيرة لحل مسائل التعادية والورية والرارية الملاب الملاب المالم مقا في مجموعات صغيرة لحل مسائل التعادي والتعلية والرارية الملاب الملاب المل مقا في مجموعات صغيرة لحل مسائل التعادي والتعادي والتعادي الطاب المسائل المالية والمرارية المسائل المسائل المسائل المسائل التعادي والتعلم مقا في مجموعات صغيرة لحل مسائل التعادي والتعادي الطلاب المسائل المال منا في مجموعات صغيرة لحل مسائل التعادي والتعادي الطلب المسائل		
7. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)     7. ساعات اسبوعيا (ه ٤) ساعة /عدد الوحدات (٣)     7. ساعات اسبوعيا (ه ٤) ساعة /عدد الوحدات (٣)     7. اهداف المقرر الدراسي (ادًا اكثر من اسم يذكر)     8. ملاء عبدالجبار حسين     8. ملاء عبدالجبار حسين     8. ملاء المقرر الدراسي (ادًا اكثر من اسم عبداله المشكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والإقتصادي المتبدة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو لديه مدارك الطلبة من فهم مبادئ الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التعلير السليم التغير السليم وتنمية قدراتهم في التعلير السليم المادة الدراسية مدان العليم والتنفي بمهارات إحصانية واقتصادية تمكنه من توظيفها في ميدان عمله وتنمية المدان المشكل بطريقة منطقيه وعليه ميدان عمله وتنظيم والتعليم والمتعلي المشكل التي تواجه المجتمع.     8. استراتيجيات التعليم والمتعلم والمتعلم المياثان الإيجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة.     8. استراتيجيات التعليم والمتعلم والمعلم المياثان واقعية.     8. استراتيجيات التعليم والمتعلم والمعلم المياثان الإيجابية المادانية واقعية.     8. استراتيجيات التعليم والمتعلم والمعلم المادان الإقتصاد وقهمها بشكل سليم وعلمي الاستراتيجية والمستراتيجية والمستراتيجية والمستراتيجية والمستراتيجية والمستراتيجية والمستراتيجية والمستراتيجية والمستراتيجية القدادية والوارب بالعمل مغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل القتصادية وادارية.     7. انتظم التعاوني للطلاب بالعمل مغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل القتصادية وإدارية.     8. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل مغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل القتصادية وإدارية.		
سساعات اسبوعيا (٥٤) ساعة /عدد الوحدات (٣)      اسم مسوول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)      م.د. علاء عيدالجبار حسين      مـد. علاء عيدالجبار حسين      مـد المشكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والاقتصاد والمقرر الإداري مجهولة.      مجهولة.     متمين الطلبة من فهم مبادئ الاقتصاد ومفهومه وأدبيته لكي تتوسع مجهولة.     انتفير السلبم و تنمية وتوسيع مدادئ الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير الابجبايي في حل المشكل بطريقة منطقيه وعديه.     متمية التفكير الابجبايي في حل المشكل بطريقة منطقيه وعديه.     متمية المشكل الإبجبايي في حل المشكل بطريقة منطقيه وعديه.     متمية المشكل الإبجباية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة.     استر انتيجيات التعليم والتعلم      استر انتيجيات التعليم والتعلم      الاقتصاد في سيقات واقعية التطبيق مفاهيم الأمار الزارية الملابة، ويستنجوا المتنابع، ويتعلموا عيفية الاستر انتيجية الإستر انتيجية القرارات الإدارية الملابة.     النظم التعاوني للطلاب بالعمل مغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل القصادية وادارية.     التعلم التعاوني للطلاب بالعمل مغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل		·
V. اسم مسوؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)      م.د. علاء عبدالجبار حسين      A. اهداف المقرر      A. اهداف المقرر      C. المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والاقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو مجهولة.      C. تمكين الطلبة من فهم مبادى الاقتصاد ومفهومه وأدبيلته لكي تتوسع المناقئير المبلوم الإقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم      C. تزويد المثلقي بمهارات الحطابة واقتصادية تمكنه من توظيفها في ميدان عمله      C. تنمية التفكير الإبجابي في حل المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه.      C. المشاكل التي تواجه المجتمع.      C. المشاكل التي تواجه المجتمع.      C. تعليم الطلاب الحالات التطبيقية الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم الاقتصاد في سيافات واقعية. التطبيق مفاهيم      C. يمكن لهم أن يتطموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم و علمي ويتكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم و علمي المناز اليجيية الملاتمة.      C. ويمكن لهم أن يتعلموا مماطحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم و علمي التعلن التعلن المناورية الملاتمة.      C. المشاكل المناورية الملاتمة.      C. التقط التعلن المناورية الملاتمة.      C. التعلم المغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل القصادية والدارية.      C. التعلم المغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل القصادية والدارية.	ي)	, · · · ·
م.د. علاء عبدالجبار حسين  م د. علاء عبدالجبار حسين  ح ل المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والاقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو مجهولة.  ح تمين الطلبة من فهم مبادئ الاقتصاد ومفهومه وادبياته لكي تتوسع حنيل الطلبة من فهم مبادئ الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم وتنمية وترسيع مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم ميدان عمله  ح تنفية التفكير الإبجابي في حل المشاكل بطريقة منطقيه و علميه.  ع تنظيف الاقتصاد في علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقى إمكانية حل المشاكل التي تواجه المجتمع.  ع الإمارة الإجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة.  1. تعليم الطلاب الحالات التطبيقية الدراسية الحقيقية لتطبيق مقاهيم الاقتصاد في مسيقات واقعية.  2. ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي النشار اتيجية الملائمة.  3. التنظم التعاوني للطلاب بالعمل مغا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية.		
مـ حل المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والاقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو مجهولة .     مجهولة .     متهد من الطلبة من فهم مبادئ الاقتصاد ومفهومه وأدبياته لكي تتوسع لا لده مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم وتنمية وتوسيع مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم وينمية والتفكير السليم وينمية واقتصادية تمكنه من توظيفها في ميدان عمله وتنمية التفكير الإيجابي في حل المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه.     متوفي الاقتصاد في علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقي والمعابية لعلم الاقتصاد في علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقي والمعابد المتلات التطبيقية الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم الاقتصاد في سياقات واقعية .     موادار التعامل الموادية المدالمة ويستنجوا التناتج، ويستنجوا المناتج، ويتعلموا كيفية المدالمة التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية المدائم .     التصادية وإدارية المدائم .	(.	, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
حل المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والأقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو مجهولة.     تمكين الطلبة من فهم مبادئ الاقتصاد ومفهومه وأدبياته لكي تتوسع لايه مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم وتنمية وتوسيع مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في ميدان عمله وتنمية التفكير الإبجابي في حل المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه.     تنظيف الاقتصاد في علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقي وكمائية علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقي المكانية علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقي الالمام بالأثار الإيجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة.     المتلم التعليم والمتعلى المستكل سليم وعلمي الاقتصاد في سيافات واقعية.     توبمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة.     التعلم التعلوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية.     التصادية وإدارية.		م.د. علاء عبدالجبار حسين
والاقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو مجهولة .  • تمكين الطلبة من فهم مبادئ الاقتصاد ومفهومه وأدبيلته لكي تتوسع لديه مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في المثلاث المائية في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في القكير السليم • تزويد المتلقى بمهارات الحسانية واقتصادية تمكنه من توظيفها في مدان عمله • تنمية التفكير الإيجابي في حل المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه • تنمية التفكير الإيجابية علم الإدارة والتشابك ببنهما وتمكين المتلقي المثالث بينهما وتمكين المتلقي • الامام بالأثار الإيجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة .  • الامام بالأثار الإيجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة .  • يومكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي ومكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي التخاذ القرارات الإدارية الملائمة .  • التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية .		٨. اهداف المقرر
تعليم الطلاب الحالات التطبيقية الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم الاقتصاد في سياقات واقعية.     ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي ويمكن لهم أن يحللوا البيانات، ويستنجوا النتائج، ويتعلموا كيفية اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة.     التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية.	والاقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو مجهولة.  • تمكين الطلبة من فهم مبادئ الاقتصاد ومفهومه وأدبياته لكي تتوسع لديه مدارك العلوم الإقتصادية.  • تنمية وتوسيع مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم  • تزويد المتلقي بمهارات إحصائية واقتصادية تمكنه من توظيفها في ميدان عمله  • تنمية التفكير الإيجابي في حل المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه.  • توظيف الاقتصاد في علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقي إمكانية حل المشاكل التي تواجه المجتمع.	اهداف المادة الدراسية
الاقتصاد في سياقات واقعية.  7. ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي ويمكن لهم أن يحللوا البيانات، ويستنجوا النتائج، ويتعلموا كيفية الخاذ القرارات الإدارية الملائمة .  7. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية.		٩. استراتيجيات التعليم والتعلم
<ul> <li>٧. ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم و علمي ويمكن لهم أن يحللوا البيانات، ويستنجوا النتائج، ويتعلموا كيفية اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة .</li> <li>٣. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية.</li> </ul>	١. تعليم الطلاب الحالات التطبيقية الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم	
ويمكن لهم أن يحللوا البيانات، ويستنجوا النتائج، ويتعلموا كيفية اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة .  ٣. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية.	الاقتصاد في سياقات واقعية.	
الاسترانيجيه اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة . ٣. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية.		
<ul> <li>٣. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل</li> <li>اقتصادية وإدارية.</li> </ul>		الاستراتيجية
اقتصادية وإدارية.		
٠٠		
	٠. ١٣٠٠ عي مسروي مسروي ومسور عي مسروي هي المسروي هي المسروي هي المسروي المسروي المسروي المسروي المسروي المسروي	

تتطلب فهم مسائل اقتصادية لها علاقة مباشرة بعلم الإدارة.

- استخدام الحاسبة والوسائل العلمية المتطورة كشاشة العرض لحل المسائل الرياضية ضمن مجال علم الاقتصاد المرتبطة بالإدارة.
- التعلم التفاعلي باستخدام أنشطة ومهام تفاعلية تشجع المشاركة النشطة من الطلاب. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجية مناقشة المجموعات الصغيرة.

١٠. بنية المقرر

طريقة التقييم	طريقة	اسم الوحدة	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	أسبوع
	التعلم	اوالموضوع			_
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	تعريف علّم الاقتصاد	فهم المفاهيم والمصطلحات الاقتصادية الأساسية التي يحتاجها المدير في البحث والتحليل	٣	الأول
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	مقدمة نظرية	تعريف مفهوم الاقتصاد وعلاقته بالإدارة	٣	الثاني
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	مجال علم الاقتصاد	- التعرف على مراحل البحث العلمي في الإدارة والاقتصاد والأساليب المستخدمة في كل مرحلة. و- فهم المفاهيم والمصطلحات الاقتصادية والادارية الأساسية التي يحتاجها المدير في مراحل عمله	٣	الثالث
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	المشكلة الاقتصادية	دراسة طريقة اشباع الحاجات الأساسية غير المحدودة من الموارد الاقتصادية المحدودة	٣	الرابع
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	نظريات سلوك المستهلك	فهم أهم النظريات الاقتصادية التي عالجت فكريآ سلوك المستهلك وأهم المؤثرات التي تتعلق به بشكل مباشر أو غير مباشر	٣	الخامس
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	المرونة وآلية السوق	دراسة مفهوم المرونة ومعادلتها وكيفية قياسها وعلاقتها بآلية السوق ( العرض والطلب).	٣	السادس
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	فكرة السوق وهيكل السوق	- التعرف على أنواع العينات الشائعة المستخدمة في البحوث الإداري ة. ودراسة تطبيقات إدارية الستخدام أنواع العينات المختلفة.	٣	السابع
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	الطلب والاستهلاك	- تعلم آلية السوق الحرة وكيفية قياس العرض والطلب في السوق وفهم قانوني العرض والطلب والتوازن بينهما.	٣	الثامن
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	الإنتاج وعوامل الإنتاج	- تعريف الإنتاج والعملية الإنتاجية ودراسة .أهم عوامل وعناصر الإنتاج من رأسمال وعمل وتنظيم وموارد طبيعية بضمنها الأرض	٣	التاسع
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية	نظري	العرض ومرونة العرض	- دراسة قانون العرض وقانون مرونة العرض والعوامل المؤثرة	٣	العاشر

والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات			على العرض.		
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	التوازن في السوق	دراسة نقطة التوازن في السوق بين العرض والطلب والسعر التوازني المقابل لها وكيفية المحافظة على توازن السوف بافتراض ثبات العوامل الأخرى.	٣	الحادي عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	سلوك المستهلك والمنفعة	التوسع في دراسة أهم النظريات التي تدرس سلوك المستهلك واهم العوامل التي تؤثر عليه وعلاقته بمفهوم المنفعة	٣	الثاني عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية ومتابعة الواجبات والتكاليف	نظري	تكاليف الإنتاج	فهم أهم نظريات تكاليف الإنتاج وأنواعه ومستوياته والتمييز بين التكاليف الثابتة والمتوسطة والمتغيرة وتفصيلها	٣	الثالث عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية ومتابعة الواجبات والتكاليف	نظري	النقود-التضخم-الكساد- التجارة الخارجية	دراسة النقود والمصارف وظاهرتي التضخم والكساد والتجارة الخارجية والعلاقة بين هذه المتغيرات	٢	الرابع عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والامتحان النهائي للكورس الاول	تحريري	امتحان نهاية الكورس	مراجعة شاملة لجميع المواضيع الماضية على مدار اسابع الكورس الاول	٣	الخامس عشر

# ١١. تقييم المقرر

	١٢. مصادر التعلم والتدريس
مبادى علم الاقتصاد/الدكتور كريم مهدي	الكتب المقررة المطلوبة
الحسناوي/جامعة بغداد	
مبادئ الاقتصاد – آ.د. علاء شفيق الراوي	المراجع الرئيسة
عدد من الكتب المنهجية الأخرى في علم الاقتصاد	
عدد من المجلات المتخصصة بالاقتصاد والرسائل	الكتب والمراجع الساندة
والاطاريح الجامعية ذات الصلة	
Website	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنيت

## نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 17/ 9/2023

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم المعاون العلمي: آ.م.د. أشرف هاشم فارس

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 17 / 9 / 2023

التاريخ: 17 / 9 /2023

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان المدرس المساعدة .. ت

التوقيع 📗 🚣 ؊ مر

مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الاداء

التاريخ: 17/ 9 /2023

### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
  - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

# 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

 <sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة				
الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري			
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101	
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102	
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103	
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104	
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105	
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107	
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108	
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109	
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110	
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111	
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112	
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113	
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114	
	3	تسویق خدمات (1)	AEMM23_201	الثانية

	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الإدارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة
	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402	34.2

2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403	
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404	
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405	
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406	
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM23_407	
		للنسويق		
	3	در اسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408	
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409	
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410	
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411	
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412	

### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

#### المعرفة

- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية القطاع العام والخاص.
  - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.

#### المهارات

- تنمیة ودعم روح الابداع والابتكار والقیادة.
  - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
- التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.
- امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.
- ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.

التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة

### القيم

- ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.
  - خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.

· ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في

- النزاهة والشفافية.

الجو دة.

العمل.

المهنية العالية.

### 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

 التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات و الأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

- 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيز هم.
- 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- 1. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة فيالأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

### أعضاء هيئة التدريس

	التخصع	ص	المتطلبات/المهارات	اعداد	الهيئة	
الرتبة العلمية			(ان وجدت)	التدر	التدريسية	
-	عام	خاص		ملاك	محاضر	
ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك		
أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم	إدارة أعمال	تنمية		ملاك		
م.د ثائر جاسم محمد عفتان	إدارة أعمال	موارد بشرية		ملاك		
مد. فراس حسن رشید سلمان	إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك		
م.م. محمد حمید نایف حمید	إدارة أعمال			ملاك		
م.م موسى حمد محمد شيحان	إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك		
م.م احمد حمید عیسی جاسم	إدارة أعمال			ملاك		
م.م مروان حسين عبد فرحان	إدارة أعمال			ملاك		
م. سعد عجاج خلف جميل	إدارة أعمال	تسويق		ملاك		
م.م حنان محمد ابراهیم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك		
م. م. وسام مصطفى حسن سلمان	اللغة العربية	اللغة		ملاك		

#### التطوير المهنى

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
  - 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
  - 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
    - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
       المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين

من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

#### التطوير المهنى لأعضاء هيئة التدريس

- آ. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي*.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

# 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.

- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
  - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

							امج	، البرن	ہارات	طمه	مخط				
							ن البر	وبة م			ات ال	مخرج			
		القيم	ı		ت	مهاراد	11		رفة	المع		اساس <i>ي</i> ،	2 11	رمز	السنة/
ج4	3ლ	2ლ	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	41	31	21	1	ام اختياري	اسم المقرر	المقرر	المستوى
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		Yı
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السنة الا
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		اساسيات الحاسوب		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		المنتج		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		التسعير		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
													التطبيقات المكتبية		
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		Power Point		
													Word &		السنة
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		تسويق خدمات 2		الثانية
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التوزيع		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		الدارة المبيعات		
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway		
													(elementary) التطبيقات المكتبية		
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المحتبية Excel		
✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		الثالثة

<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	سلوك مستهلك
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	ادارة المخاطر
<b>V</b>	•	•	V	V	•	V	•	•	v	V	V	التسويقية
												Headway
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	(pre-
												intermediate)
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت
												الاندرنت أنظمة معلومات
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	تسويقية
												ادارة المعرفة
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويقية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	إدارة المنظمات
•	V	V	V	V	V	V	•	V	V	•	V	التسويقية
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	ادارة الجودة
											-	التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	إدارة التفاوض
										_		التطبيقات
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الإحصائية في
												التسويق
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي
												العلمي الدارة علاقات
<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	الزبائن
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	دراسات تسویقیة
	,	,	Ť		·	Ť	•				,	معاصرة 1
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويق الزراعي
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	التسويق الدوائي
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	النسويق الرياضي
•	•	•	<b>V</b>	•	•	_	<b>Y</b>	<b>V</b>	<b>–</b>	_	•	السنة المسؤولية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	: 1 : >11
	-					-						الرابعة الوابعة التسويق
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	دراسات تسويقية
												معاصرة 2
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستراتيجيات
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويقية التسويق الإلكتروني
												التسويق السياحي
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	والفندقي
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	Headway
•	_	•						•	_		•	(intermediate)

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

3,5, 3,,						
1. اسم المقرر						
اللغة العربية						
2. رمز المقرر						
AEMM23_106						
3. الفصل / السنة						
الفصل الأول ـ الكورس الأول/ 2023-2024						
4. تاریخ إعداد هذا الوصف						
2023/9 /17						
5. أشكال الحضور المتاحة						
قائمة الحضور						
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)						
30/ساعه - 2 وحدة						
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)						
الاسم: م. م. وسام مصطفى حسن سلمان الايميل: wissam.mustafa93@tu.edu.iq						
8. اهداف المقرر						
<ul> <li>التعرف على أهم الاخطاء التي تقع أثناء الكتابة عند طلبة المرحلة الاولى.</li> <li>تفاعل الطلاب مع المادة أثناء المحاضرة.</li> <li>توظيف اللغة وتمكين الطالب من حل أهم المشاكل التي تواجهه في حياته الدراسية والعملية.</li> <li>تنمية الفكر وجعله يدرك بطريقة ما بيان معاني اللألفاظ.</li> <li>الإلمام بأهم القواعد الاعرابية التي تمكنه من ممارسة حياته الوظيفية والعملية</li> <li>التركيز على بناء شخصية ثقافية وعملية تمكنه من إدارة العمل في حال غياب العنصر المسؤول.</li> </ul>						
9. استراتيجيات التعليم والتعلم						
<ul> <li>التفاعل باستخدام انشطة تعليمية من الطلاب تشجع على معرفة الغموض التي يمكن أن يحصل عند عدد منهم.</li> <li>الحالات التطبيقية التي يمكن أن تمارس أثناء شرح المحاضرات.</li> <li>التعلم التعاوني القائم بين الطلاب انفسهم على شكل مجموعات صغيرة كانت أو كبيرة تمكنهم من حل وإيجاد أهم المشاكل التي تواجههم.</li> <li>قيام العديد من الطلاب في شرح المادة أنفسهم وجعل هناك تفاعل مشترك بينهم وبين المادة.</li> <li>القيام بالعديد من الأعمال التي تشد من انتباه الطالب وجعل تركيزه أقوى وبالتالي بث</li> </ul>						

قيقة.	روح المعرفة لدى الطالب وجعله يبحث عن غوامض الكلم والفاظه الدقيقة.									
	- ,			مقرر	10. بنية ال					
طريقة التقييم	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع					
طرح الأسئلة والحضور	حضوري	مفهوم الجملة العربية	التعرف على أهم ما تحتويه الجملة	2	الأول					
طرح الأسئلة والحضور	حضوري	أنواع الجملة (الاسمية ـ الفعلية)	التعرف على أهم جزئيات علامات الاسم وما يتصل بها وكذلك الفعل	2	الثاني					
المشاركة والحضور	حضوري	الجملة الاسمية (المبتدأ والخبر)	التعرف على ما ينون من الكلام وما يمكن رفعه	2	الثالث					
الحضور والمشاركة	حضوري	أنواع الخبر , تقديم الخبر , حذفه	التعرف على أنواع الخبر من أسماء وشبه جملة ومتى يتقدم الخبر ومتى يجوز حذفه	2	المرابع					
الحضور والمشاركة	حضوري	قصيدة	معرفة الفوارق بين الألفاظ التي يمكن أن يعرفها الطالب قديما وحديثا	2	الخامس					
إجابة على الاسئلة	حضوري	امتحان	مراجعة ما أخذ فيما سبق	2	السادس					
الحضور والمشاركة	حضوري	النواسخ (كان وأخواتها)	معرفة ما يجوز رفعه ونصبه	2	السابع					
الحضور والمشاركة	حضوري	تكملة الموضوع السابق		2	الثامن					
الحضور والمشاركة وتقديم المقال	حضوري	مقال في موضوع السابق	التطبيق لما مضى من شرح وجعله ذات سياق صحيح يدرك الطالب مفاصله	2	التاسع					
الحضور والمشاركة	حضوري	ان واخواتها	التفريق بين النواسخ	2	العاشر					
الحضور والمشاركة	حضوري	تكملة الموضوع السابق	معرفة ما يتم نصبه ورفعه من الاسماء على عكس (كان)	2	الحادي عشر					
الحضور والمشاركة	حضوري	قصيدة	معرفة معاني الألفاظ فيُ العهد الواحد	2	الثاني عشر					
اجابة على الاسئلة	حضوري	امتحان	معرفة مدى استيعابهم لما سبق من شرح للمادة	2	الثالث عشر					
الحضور والمشاركة	حضوري	الميزان الصرفي	معرفة معاني الأُلفاظ عن طريق الوزن	2	الرابع عشر					
الحضور والمشاركة	حضوري	كتابة الهمزة	معرفة مواضع كتابة الهمزة وقواعد كتابتها	2	الخامس عشر					

### 11. تقييم المقرر

توزيع الدرجة من 100, مقسمة بواقع (70) على امتحان نهاية الكورس, و(30) درجة كسعي للطالب طيلة فترة الكورس, مقسمة وفق الحضور والمشاركات والاختبارات اليومية والشهرية مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماتها.

	12. مصادر التعلم والتدريس
محاضرات مطبوعة بشكل فصول ممنهجة	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
تخدم المسيرة التعليمية.	
1- شرح ابن عقيل على ألفية ابن مالك _ ابن	المراجع الرئيسة (المصادر)
عقيل	
2- النحو الوافي - عباس حسن	

	3- شذا العرف في فن الصرف - احمد بن محمد
	الحملاوي
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية,	لا يوجد
التقارير)	
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت	لا يوجد

# **Academic Program Description Form** 2023-2024

**University Name: Tikrit University** 

Faculty/Institute: Administration and Economics College

Scientific Department: Marketing Management Department

Course Name: Headway (Beginner)

Name: Asist.prof. May Hamoudy Abdullah **Description preparation Date: 25-3-2024** 

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس اسم المعاون العلمي: ١.م.د. أشرف هاشم فارس

فرحان جدى

التاريخ: 28 / 1 / 2024

التاريخ: 28/ 1 /284

دقق الملف من قبل:

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

	Program Skills Outline															
						Req	uired	progr	am L	earnin	g outcon	nes				
Year/Level		l Course Code			Basic or	Knov	Knowledge			Skills			Ethics	Ethics		
	Code	T T T T T T T T T T T T T T T T T T T	optional	<b>A1</b>	A2	A3	A4	B1	B2	В3	B4	C1	C2	С3	<b>C4</b>	
1	AEMM23_107	Headway (Beginner)		-	-	-		-	-	-		-	-	-		
															<del> </del>	
															<del> </del>	
															<u> </u>	

• Please tick the boxes corresponding to the individual program learning outcomes under evaluation.

#### **Course Description Form**

1. Course Name: Headway (Beginner) 2. Course Code: AEMM23\_107 3. Semester / Year: 2023-2024 4. Description Preparation Date: 25-3-2024 5. Available Attendance Forms: TIME 6. Number of Credit Hours (Total) / Number of Units (Total) 30 Hours- 2 Units 7. Course administrator's name (mention all, if more than one name) Name: Asist.prof. May Hamoudy Abdullah Email: may.h.abdullah@tu.edu.ig - shinemay64th@yahoo.com 8. Course Objectives **Course Objectives** 1- Understanding the English language as a means of communication and learning in their specializations 2- Understanding matter resulting from the connection between its various components 3- Using general English in her daily life 4- Starting and continuing simple and small conversations 5- Write a correct, original and meaningful sentence 6- Graduating cadres with a high degree of education, qualification and excellence 9. Teaching and Learning Strategies

Strategy	
<b>.</b>	Lectures - discussions - Submit questions - A representative scene
	-Showing a movie in simplified English - How to present the material and discuss it -
	Denominand alastroprisalla. Constitut a scientral alastropris and auto la confit francit in
	Paper and electronically Creating a virtual classroom in order to benefit from it in
	finding lectures at all times that suit the student.
	_ Create a group on WhatsApp to download assignments and instructions for the
	course.

### 10. Course Structure

Week	Hours	Required Learning	Unit or subject	Learning	Evaluation
			name	method	
		Outcomes			method
1.		Achieving cognitive and skills goals	Hello, 2 1 Vocabulary,	A representative	Feedback and answering questions
2.		Achieving cognitive and skills goals	Unit 2 /Your World Countries, 2 2 Listening, Questions, Adjectives	A representative	Feedback and answering questions
3.		Achieving cognitive and skills goals	Reading, Listening, Everyday 2 3 English, Don't forget	A representative	Feedback and answering questions
4.		Achieving cognitive and skills goals	you 2 4 Jobs, Ouestions and	A representative	Feedback and answering questions
5.		Exam			

	2	Achieving cognitive	Unit 4 / Familia		
6.		_	and Friends 2 5	discussions	Feedback and
			vocabulal y, 11as/	A representative	answering
			have, Listening	scene	questions
7.		Achieving cognitive and skills goals		discussions	Feedback and
			6 Everyday	A representative	answering
				scene	questions
8.		Achieving cognitive and skills goals			Feedback and
			food/drink	A representative	answering
			Procent cimple	scene	questions
9.	2	Achieving cognitive	Listening		
7.		and skills goals		discussions	Feedback and
			English, Don]t forgets	A representative	
			lorgets	scene	questions
10.		Exam			
11.		Achieving cognitive and skills goals		discussions	Feedback and
			Simple- ne/ sne/	A representative	answering
			it Do/ does/ am/ is/ are	scene	questions
12.		Achieving cognitive and skills goals	Unit 7 / My Favorites 2 12	discussions	Feedback and
			Question (Why? Because)	A representative	answering
				scene	questions
13.		Achieving cognitive and skills goals	Present Continuous Tense	discussions	Feedback and
				A representative	answering
				scene	questions

14.	Achieving cognitive and skills goals	discussions	Feedback and
		A representative	answering
		scene	questions
15.	Final Exam		

11. Course Evaluation	
Distributing the score out of 100 according to t preparation, daily oral, monthly, or written example.	•
12. Learning and Teaching Resource	S
Required textbooks (curricular books, if any)	Beginner- New Headway Plus- student's book
Main references (sources)	
Recommended books and references (scientific journals, reports)	workbook by John and Liz Soar
Electronic References, Websites	english.britishcouncil.org/english-grammar-reference/present-simple

www.englishpage.com/verbpage/presentcontinuous.html

#### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 28 / 1 /2024

تاريخ ملء الملف:

التوقيع: ﴿

اسم المعاون العلمي: ا.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 28 / 1 / 2024

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 28/ 1 /2024

دقق الملف من قبل:

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م. خلدون عبدالله خلف

مُدَيِّرُ شَعْمَةً صَمَانِ الْجُوَّدَةِ التاريخ: 28 / 1 / 2024

#### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمى داخل القسم.
  - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

### 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

		ىويق	ج / منهاج قسم ادارة التس	7. وصف البرنام
المعتمدة	الساعات ا	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري			
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101	
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102	
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103	
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104	
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105	
	2	لغة العربية	AEMM23_106	
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107	الأولى
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108	
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109	
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110	
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111	
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112	
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113	
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114	

	3	تسويق خدمات (1)	AEMM23_201	
	3	إمدادات النسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	الثانية
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	النرويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهلك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة
	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402	

2	1	قواعد البيانات النسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407
		للتسويق	
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات النسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

#### المعرفة

- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. القطاع العام والخاص.
  - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.

#### المهارات

- امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.
  - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
- ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.
- التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.

#### القيم

- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته المهنية العالية.
  - ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، النز اهة و الشفافية. ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في الجودة. العمل.

#### 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

 التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات و الأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

- 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
- 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- 1. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

#### أعضاء هيئة التدريس

الهيئة	اعداد	المتطلبات/المهارات	ں	التخصص	
يسية	التدر	(ان وجدت)			الرتبة العلمية
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	م.د ثائر جاسم محمد عفتان
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشید سلمان
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جمیل
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حمید نایف حمید
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسى حمد محمد شيحان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسين عبد فرحان
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م.م حنان محمد ابراهیم جاسم

#### التطوير المهني

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفر غين وغير المتفر غين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
- 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
- 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
  - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين
   من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
  - 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
  - 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهنى والأكاديمى المستمر.
- 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركزي.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

# 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

### 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.

# 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى مؤسسات القطاع الخاص والعام.

							امج	، البرن	ہارات	طمه	مخط				
						نامج	ن البر	وبة م			ات اأ	مخرج			
		القيم			Ŀ	مهاراد	ال		رفة	المع		اساسي		رمز	السنة/
ج4	3ლ	2ლ	ج1	4ب	ب3	ب2	ب1	41	31	ا 2	11	ام اختياري	اسم المقرر	المقرر	المستوى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السه الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		۰ تاری
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		التسعير		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>\</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		التطبيقات المكتبية Power Point Word &		السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2		الثانية
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓		التوزيع		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<	<b>√</b>	<	<b>✓</b>	<	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>		إدارة المبيعات										
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		Headway (elementary		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>		ر التطبيقات المكتبيةExcel		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		

	,			, 1									
<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	بحوث تسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهاك	
✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية	
<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	Headway (pre- intermediate )	
✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت	
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية	السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية	الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية	
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية	
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	إدارة التفاوض	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	التطبيقات الإحصائية في التسويق	
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	مناهج البحث العلمي	
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي	
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي	
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي	
<b>✓</b>	<b>\</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	السنة الرابعة
✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 2	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي	
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate )	

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

	1. اسم المقرر
	ادارة اعمال 2
	2. رمز المقرر
	AEMM23_108
	3. الفصل / السنة
	2024-2023
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف
	2024/1/28
	5. أشكال الحضور المتاحة
التبليغات الطلبة باوقات الامتحانات وتنزيل درجات	حضور داخل القاعة مع استخدام برنامج Classroom
	الامتحانات الشهرية ودرجات السعي السنوي
کلي)	6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الن
	عدد الساعات 45/ عدد الوحدات 3
()	7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذك
	م.د. علي احسان عبد الكريم
	M 41 41 1 7
	8. اهداف المقرر
1- الاسهام في فهم التطور التاريخي للإدارة في	
المنظمات.	
2- تعريف الطالب بأهمية الادارة ووظائفها الاساسية.	
رم ساسي 3- التعرف على مفهوم المدير في المنظمات	
وماهي المستويات الادارية في المنظمة .	
4- تعريف الطالب بأهم الخطط الاستراتيجية التي	اهداف المادة الدراسية
تضعها المنظمات لتنفيذ اعمالها .	
5- تعريف الطالب بكيفية مواجهة التحديات التي	
تواجهها منظمات الاعمال في عالم اليوم.	
6- تأهيل خريجين ذو كفاءة ادارية عالية تمكنهم	
في مزاوله اعمالهم الادارية.	
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم
<ul> <li>القاء المحاضرات الحضورية والالكترونية</li> </ul>	
- اجراء المناقشات الحوارية مع الطلبة - اجراء المناقشات الحوارية مع الطلبة	الاستراتيجية
- الاسئلة الشفوية للطلبة	۱۵ سر سجید
<ul> <li>التعليم المدمج ( كلاس رووم )</li> </ul>	
	10. بنية المقرر

طريقة	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات	الساعات	الأسبوع
التقييم			التعلم		
			المطلوبة		
		- الرقابة			
مشاركة وكوز	محاضرة /	- الرقابة وغاياتها أن مين تربي	المعرفة النظرية	3 ساعة	الاول
	مناقشات	- أنواع الرقابة الأدراق المرقابة			
		- الأدوات الرقابية - الخاذ القرارات ودور تكنولوجيا			
	محاضرة /	- الحاد العرارات ودور لتتولوجيا المعلومات			
اسئلة ومشاركة	مناقشات	المنطقة	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثاني
		- مسهوم مسرار ومورط - المشاركة في صنع القرار			
	,	- القيادة			
الاسئلة الشفوية	محاضرة /	- نظريات القيادة	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثالث
	مناقشات	- الاتجاهات الحديثة في القيادة			
	محاضرة /	- اساسيات التنظيم			
مشاركة وكوز	مناقشات مناقشات	- أنواع الهياكل التنظيمية	المعرفة النظرية	3 ساعة	الرابع
		- قضايا التنظيم			
	محاضرة /	انواع البيئات الداخلية والخارجية	** **** ** *.		
مشاركة وكوز	مناقشات	المحيطة بالمنظمات	المعرفة النظرية	3 ساعة	الخامس
		95 . A 5 -1 - 7 .1		3 ساعة	
_	- محاضرة /	امتحان شهر ثاني المنظمات الملتزمة بخدمة الزبائن	-		السادس
الاسئلة الشفوية	محاصره / مناقشات	المنظمات المنتزمة بحدمة الربائل	المعرفة النظرية	3 ساعة	السايع
	محاضرة /			_	
اسئلة ومشاركة	مناقشات	ادارة الجودة والتحسين المستمر	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثامن
7 * 50, 70, 50	محاضرة /	*1 b. 17 * 1	7 90.00 72 01	7	1 10 91
الاسئلة الشفوية	مناقشات	التخطيط وصياغة الاهداف	المعرفة النظرية	3 ساعة	التاسع
:	محاضرة /	A country to to to a set of the s	المعرفة النظرية	3 ساعة	. #1 - ti
مشاركة وكوز	مناقشات	نظام التخطيط ونظمه الفرعية	المعرفة النظرية	ر ساعه	العاشر
	محاضرة /	خصائص المجتمعات			
اسئلة ومشاركة	مناقشات	المتطورة إداريا	المعرفة النظرية	3 ساعة	الحادي عشر
		التحديات المعاصرة في عالمنا اليوم			
		الإدارة بين الماضي			
T : 21 T1: NO	محاضرة /	والحاضر	I to ot II to	7-1 2	÷- *1÷11
الاسئلة الشفوية	مناقشات	المدرسة الكلاسيكية المدرسة السلوكية	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثاني عشر
		المدرسة الكمية			
		المدارس الحديثة			
<b>.</b>	محاضرة /	الاتجاهات المعاصرة	* * * *		
مشاركة وكوز	مناقشات	والمستقبلية	المعرفة النظرية	3 ساعة	الثالث عشر
		اخلاقيات الاعمال			
*.6.761*	محاضرة /	العولمة والاعمال الدولية	7. tett 71 - 11	io1 2	. #0 - 1 ti
مشاركة وكوز	مناقشات	الريادة والابداع والاعمال الصغيرة	المعرفة النظرية	3 ساعة	الرابع عشر
-	-	امتحانَ شبهر ثالث	-	3 ساعة	الخامس عشر

	11. تقييم المقرر
, تطوير الاقتصاد الصناعي للبلد	من المقررات الاساسية والمهمة للقسم ويساعد في
	12. مصادر التعلم والتدريس
كتاب مبادئ الادارة	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
كتب متخصصة في علم الادارة	المراجع الرئيسة (المصادر)

ب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات	مجموعة من البحوث الادارية المتخصصة في مجال
ية <sub>,</sub> التقارير)	ادارة الاعمال.
جع الإلكترونية, مواقع الانترنيت	مجموعة من المواقع والمنتديات الالكترونية

### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية: بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 28 / 1 /2024

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس اسم المعاون العلمي: ١.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 2024 / 1 /28

التوقيع:

فرحان جدي

التاريخ: 28/ 1 /284

دقق الملف من قبل:

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م. خلدون عبدالله خلف

مُدَيرُ شَعَمَةً صَمَانِ الْجُوَّدَةِ التاريخ: 28 / 1 / 2024

#### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

#### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمى داخل القسم.
  - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

# 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

 <sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة				
الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري			
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101	
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102	
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103	
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104	
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105	
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107	
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108	
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109	
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110	
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111	
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112	
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113	
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114	
	3	تسویق خدمات (1)	AEMM23_201	الثانية

	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الإدارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة
	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402	34.2

2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403	
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404	
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405	
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406	
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407	
		للتسويق		
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408	
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409	
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410	
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411	
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412	

#### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

#### المعرفة

- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية القطاع العام والخاص.
  - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.

#### المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
  - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
- ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.

امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على

التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.

التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.

ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

# القيم

التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية.

خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.

ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.

النزاهة والشفافية.

الجو دة.

### 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

 التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات و الأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

- 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيز هم.
- 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- 1. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة فيالأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

### أعضاء هيئة التدريس

الهيئة	اعداد	المتطلبات/المهارات	التخصص		
يسية	التدر	(ان وجدت)			الرتبة العلمية
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	امد. فراس فرحان جدي صفر
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	مد ثائر جاسم محمد عفتان
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشيد سلمان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حميد نايف حميد
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسى حمد محمد شيحان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسین عبد فرحان
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جميل
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	مم حنان محمد ابراهیم جاسم

#### التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
  - 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
  - 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
    - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
       المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين

### من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

### التطوير المهنى لأعضاء هيئة التدريس

- آ. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي*.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

# 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.

- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
  - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

							امج	، البرن	ہارات	طمه	مخط				
							ن البر	وبة م			ات ال	مخرج			
		القيم	ı		ت	مهاراد	11		رفة	المع		اساس <i>ي</i> ا	2 11	رمز	السنة/
ج4	3ლ	2ლ	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	41	31	21	1	ام اختياري	اسم المقرر	المقرر	المستوى
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		Yı
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السنة الارا
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		اساسيات الحاسوب		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		المنتج		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		التسعير		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
													التطبيقات المكتبية		
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		Power Point		
													Word &		السنة
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		تسويق خدمات 2		الثانية
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التوزيع		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		الدارة المبيعات		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway		
													(elementary) التطبيقات المكتبية		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المحتبية Excel		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		الثالثة

<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	سلوك مستهلك
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	ادارة المخاطر
<b>V</b>	•	•	V	V	•	V	•	•	v	V	V	التسويقية
												Headway
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	(pre-
												intermediate)
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت
												الاندرنت أنظمة معلومات
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	تسويقية
												ادارة المعرفة
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويقية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	إدارة المنظمات
•	V	V	V	V	V	V	•	V	V	•	V	التسويقية
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	ادارة الجودة
											-	التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	إدارة التفاوض
										_		التطبيقات
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الإحصائية في
												التسويق
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي
												العلمي الدارة علاقات
<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	الزبائن
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	دراسات تسویقیة
	,	,	Ť		·	Ť	•				,	معاصرة 1
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويق الزراعي
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	التسويق الدوائي
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	النسويق الرياضي
•	•	•	<b>V</b>	•	•	_	<b>Y</b>	<b>V</b>	<b>–</b>	_	•	السنة المسؤولية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	: 1 : >11
	-				•	-						الرابعة الوابعة التسويق
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	دراسات تسويقية
												معاصرة 2
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستراتيجيات
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويقية التسويق الإلكتروني
												التسويق السياحي
✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	والفندقي
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	Headway
•	_	•						•	_		•	(intermediate)

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

	1. اسم المقرر						
إدارة تسويق 2							
2. رمز المقرر							
	AEMM23_109						
	3. الفصل / السنة						
	الكورس الثاني + المرحلة الاولى						
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف						
	2024/1/28						
	5. أشكال الحضور المتاحة						
حضوري داخل المحاضره مع استخدام برنامج الواتساب لتبليغات الطلبة.							
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)							
المرحلة الاولى / 45 ساعة / عدد الوحدات (3)							
(,	7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)						
· ·	م. سعد عجاج خلف الايميل: <u>u.edu.iq</u> م.م. أحمد حميد عيسى الايميل: <u>tu.edu.iq</u>						
	8. اهداف المقرر						
1. وضع تصور كامل لدى الطالب عن مادة							
مبادئ ادارة التسويق للمرحلة الاولى							
2. توفير وأعداد كوادر علمية رصينة تحاكي واقع							
ادارة التسويق.	اهداف المادة الدراسية						
3. اشاعة المعرفة من خلال التعاون مع الاقسام المناظرة و							
الندوات والمؤتمرات							
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم						
	و: اسراليبيت السيم والسم						
1. توسيع مفهوم الطلبة حول موضوع التسويق.	Z = SUSUMI						
2. تعزيز التفكير لدى الطلبة بأهمية التسويق في حياتهم.	الاستراتيجية						
3. اكساب الطلبة مهارات التي تمكنهم تحديث المعلومات لد							

حول ادارة التسويق.

					10. بنية المقر
طريقة التقييم	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
مناقشة	نظري	الفصل السادس المنتج	مفهوم المنتج	3	1
مناقشة	نظري	الفصل السابع الترويج	مفهوم الترويج	3	2
مناقشة	نظري	الفصل الثامن السعر	مقهوم السعر	3	3
مناقشة	نظري	الفصل التاسع التوزيع	مفهوم التوزيع	3	4
امتحان الشهر الاول	نظري	الفصل العاشر التوزيع المادي	مفهوم التوزيع المادي	3	5
مناقشة	نظري	الفصل الحادي عشر تسويق الخدمات	مفهوم تسويق الخدمات	3	6
مناقشة	نظري	الفصل الثاني عشر المسؤولية الاجتماعية للتسويق	المسؤولية الاجتماعية للتسويق	3	7
امتحان الشهر الثاني	نظري	الفصل الثالث عشر أخلاقيات التسويق	اخلاقيات التسويق	3	8

## 11. تقييم المقرر

تكون الدرجة من 100درجة توزع كما يلي:

30 درجة منها توزع:

1. 10 درجات امتحان الشهر اول.

2. 10 درجات امتحان الشهر الثاني.

3. 5 درجات مشاركات داخل الصف.

4. 5 درجات تحسب على الكوزات + حضور يومي.

بينما يكون نهائي الفصل من 70 درجة.

	12. مصادر التعلم والتدريس
	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
كتاب الدكتور ثامر ياسر البكري في (مبادئ ادارة	المراجع الرئيسة (المصادر)

	التسويق)
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية,	التقارير
التقارير)	
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت	مواقع الانترنيت

#### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف:2023- 2024

تاريخ ملء الملف: 2024/1/28

التوقيع: ﴿

اسم المعاون العلمي: ١.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 28 / 1 / 2024

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 28/ 1 /2024

دقق الملف من قبل:

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م. خلدون عبدالله خلف

مَدَيِرُ شُعَبَةً صَمَانَ أَلِمُ التاريخ: 28 / 1 / 2024

مصادقة ألسيد العميد

### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

#### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمى في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
    - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

### 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

	7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة								
المعتمدة	الساعات ا	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى					
عملي	نظري								
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101						
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102						
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103						
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104						
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105						
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى					
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107						
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108						
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109						
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110						
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111						
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112						
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113						
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114						

	3	تسویق خدمات (1)	AEMM23_201	
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الإدارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	الثانية
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهلك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	** ** ** ** * * * * * * * * * * * * * *
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة النسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة

	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402
2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407
		للتسويق	
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات النسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

# 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية	-	<ul> <li>تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات</li> </ul>
والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.		القطاع العام والخاص.
		- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما
		يحقق تطلعات المجتمع.
		المهارات
امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على	-	<ul> <li>تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.</li> </ul>
التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.		- خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في	-	- التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.
كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.		
		القيم
التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة	-	- ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.
المهنية العالية.		- خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.
ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية،	-	- النزاهة والشفافية.
ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في		- الجودة.
العمل.		
	,	9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- 1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
  - 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
    - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
  - 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
  - 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
    - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
       مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
    - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

## أعضاء هيئة التدريس

اعداد الهيئة		المتطلبات/المهارات	ص	التخصي		
التدريسية		(ان وجدت)			الرتبة العلمية	
محاض	ملاك		خاص	عام		
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	مد. فراس فرحان جدي صفر	
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	م. مي حمودي عبدالله جاسم	
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	د ثائر جاسم محمد عفتان	
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	د. فراس حسن رشید سلمان	
	ملاك			إدارة أعمال	.م. محمد حمید نایف حمید	
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م موسى حمد محمد شيحان	
	ملاك			إدارة أعمال	م احمد حمید عیسی جاسم	
	ملاك			إدارة أعمال	م مروان حسين عبد فرحان	
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	. سعد عجاج خلف جميل	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م حنان محمد ابراهیم جاسم	

### التطوير المهني

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفر غين وغير المتفر غين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
- 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
- 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
  - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
     المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.

7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين
 من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

## التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- 1. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير
     المهني والأكاديمي المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي.*
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

# 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.

- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
    - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

	مخطط مهارات البرنامج														
	مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج														
		القيم			ت	مهار ان ا	الد		رفة			اساسىي ام	اسم المقرر	رمز	السنة/ المستوى
ج4	3 <del>5</del>	ج2	ج1	4ب	ب3	ب2	ب1	41	31	21	1)	اختياري	33 77	المقرر	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		
<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السنة الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		الاولى
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		التسعير		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		الادارة		
													الاستراتيجية أساليب كمية في		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساليب حميه في التسويق		
													التطبيقات		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	/	1	1		المكتبية Power		
				•	•			•	•	•	•		Point Word		السنة
								<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>		&		الثانية
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>						تسویق خدمات 2		
<b>✓</b>	✓ ✓	<b>✓</b>	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	<b>√</b>	✓ ✓	✓ ✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التوزيع		
	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>'</b>	<b>v</b>	<b>'</b>	<b>v</b>	<b>V</b>	✓	✓	✓		الترويج ادارة العالمة		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اداره العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		الدهلية إدارة المبيعات		
													Headway		
<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>		(elementary)		
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبيةExcel	_	

			1					1	1				
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق العالمي	
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	بحوث تسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهلك	
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	ادارة المخاطر التسويقية	
<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (pre- intermediate)	
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت	
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات سنة تسويقية	
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	الثة ادارة المعرفة التسويقية	الث
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض	
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>	التطبيقات الإحصائية في التسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي	
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي	
✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	لله المسؤولية الاجتماعية الإخلاقية للتسويق	
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	دراسات تسویقیة معاصرة 2	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني	
✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)	

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

	1. اسم المقرر:					
	مبادئ الإحصاء 2					
	2. رمز المقرر:					
	AEMM23_110					
	3. الفصل / السنة /					
	الكورس الثاني 2023 - 2024					
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف:					
	2024/ 1 / 28					
	5. أشكال الحضور المتاحة:					
	حضوري + صفوف الكتروني					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) /						
عدد الوحدات (3) : 45 ساعة						
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر):						
•••	ر. النام ملتوون المعرر الدراسي (ادا احدر من النام يدحر): الاسم: م.د ثائر جاسم محمد					
	8. اهداف المقرر					
	٥. اهدات المعرر					
1- هدف هذا المقرر يتمثل في تزويد الطلبة بنظرة شاملة						
حول المفاهيم الأساسية في مجال الإحصاء التي						
يتعين على الطلبة اكتسابها.						
2- يهدف المقرر أيضًا إلى توضيح المصطلحات ذات						
الصلة واستيعاب معانيها، بهدف استعراض الدور						
الحيوي لهذه المفاهيم في تحقيق التفوق التنافسي						
للمنظمات العاملة في مجال الأعمال.						
3- تحليل البيانات والمعلومات بأساليب إحصائية دقيقة.	اهداف المادة الدراسية					
4- استيعاب المفاهيم الرياضية المجردة						
5- يسعى الطالب الى الاستنباط والاستنتاج لفهم						
قوانين الاسس الرباضية .						
- وريد من قدرة الطالب على التفكير الرياضي المنطقي -6						
<ul> <li>لاستان التي العلق العلق العلق التي العلق التي العلق التي العلق العلم ا</li></ul>						
ر يسبع المسب عدر على عن المدهد العلي عدى المدوضوع						
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم					

- استخدام السبورة.
  - واجبات بيتية.
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها.
  - التعليم المدمج
  - استخدام أساليب الايضاح المرئية (الداتا شو)

الاستراتيجية

10. بنية المقرر

					<u>10. بىيە المقر</u>
طريقة	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم	الساعات	الأسبوع
التقييم	·	,	المطلوبة		
متابعة الوإجبات	نظرية وإمثلة	مقاييس الالتواء ومقاييس التفلطح	تعريف الطالب	3	1
 البيتية وصياغة	عملية		بماهية مقاييس		
			الالتواء ومقاييس		
ثلاثة اسلئة على			التفلطح وماهي		
الأقل			العزوم		
وعمل امتحان			وتطبيقها باستخدام نظام الـ spss		
سريع (كوز)			عصم الـــ spss		
متابعة الواجبات	نظرية وامثلة	مبادئ نظرية الاحتمال	اكساب الطلبة	3	2
البيتية وصياغة	عملية		مفاهيم عامه عن	_	_
	-		نظرية الاحتمال		
ثلاثة اسلئة على			وما هو الاحتمال		
الأقل			والتحليل التوافقي		
وعمل امتحان			والاحتمال بطريقة		
سريع (كوز)			الرسم		
متابعة الواجبات	نظرية وامثلة	التوزيع الاحتمالي	اكساب الطلبة	3	3
		<u>.</u>	معلومات عن ما		
البيتية وصياغة	عملية		هو المتغير		
ثلاثة اسلئة على			العشوائي وما هي		
الأقل			التوزيعات		
وعمل امتحان			الاحتمالية المتقطعة		
سريع (كوز)			والتوزيعات		
سريع (حور)			الاحتمالية		
	712 1 7 000	التوزيعات الاحتمالية المتقطعة	المستمرة اكساب الطلبة		
متابعة الواجبات	نظرية وامثلة	التوريفات الإختمانية المتقطعة	رهداب (نصب معلومات عن ما	3	4
البيتية وصياغة	عملية		هي التوزيعات		
ثلاثة اسلئة على			الاحتمالية المتقطعة		
الاقل			وتوزيع ذو الحدين		
			والتوزيع الاحتمالي		
			متعدد الحدود		
			والتوزيع الهندسي		
			والتوزيع		
		1 " or 11 " 11 or his or 1 or 12	البواسوني		
متابعة الواجبات	نظرية وامثلة	التوزيعات الاحتمالية المستمرة او المتصلة	تعليم الطلبة	3	5
البيتية وصياغة	عملية	المنصب	معلومات عن ما هي التوزيعات		
ثلاثة اسلئة على			ه <i>ي</i> الفوريعات الاحتمالية		
الأقل			المستمرة وما هو		
			المنحنى الطبيعي		
وعمل امتحان			والعلاقة بين		
سريع (كوز)			التوزيع الطبيعي		
			وتوزيع ذو الحدين		

متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسلئة على الأقل وعمل امتحان	نظرية وامثلة عملية	نظرية المعاينة	معرفة ما هي تصاميم العينات وتوزيع المعاينة للوسط الحسابي وتوزيع المعاينة للفروق بين الأوساط الحسابية	3	6
سريع (كوز)			<b></b>		
متابعة الواجبات	نظربة وامثلة	توزيع المعاينة للنسب	معرفة ما هي	3	7
	•		وتوزيع المعاينة	3	,
البيتية وصياغة	عملية		للنسب وتوزيع		
ثلاثة اسلئة وعمل			المعاينة للتباين		
امتحان سريع					
(كوز)على الاقل					
متابعة الواجبات	نظرية وإمثلة	نظرية التقدير	إعطاء الطالب	3	8
البيتية وصياغة	عملية		وإكسابه معلومات		
ثلاثة اسلئة على			حول تقدير النقطة وتقدير الفترة		
الأقل			وـــــير		
وعمل امتحان					
سريع (كوز)	715 1 7 ***	اختبار الفرضيات	اكساب الطلبة	3	9
متابعة الواجبات	نظرية وإمثلة		معلومات حول ما	3	9
البيتية وصياغة	عملية		هي خطوات آختبار		
ثلاثة اسلئة على			الفرضيات وتحديد		
الأقل			توع توزیع		
وعمل امتحان			المجتمع هل هو توزيع طبيعي ام		
سريع (كوز)			توزیع ذو حدین		
			واختبار		
			المتوسطات		
			واختبارات النسب		
متابعة الواجبات	نظرية وامثلة	توزيع مربع كاي	اكساب الطلبة	3	10
البيتية وصياغة	عملية	<u> </u>	معلومات حول		10
	عمىيه		تقدير فترة تباين		
ثلاثة اسلئة على			المجتمع واختبار		
الأقل			تباين المجتمع واختبارات تتعلق		
وعمل امتحان			بتساوی عدة		
سريع (كوز)			تباينات		
متابعة الواجبات	نظرية وامثلة	اختبار نسبة توزيع ذو الحدين	اكساب الطلبة	3	11
البيتية وصياغة	عملية		معلومات حول اختبار نسبة توزيع		
ثلاثة اسلئة على			الحبار لسبه توريع أندى الحدين واختبار		
الأقل			حول عدة نسب		
وعمل امتحان			لتوزيعات ذي		
سريع (کوز)			الحدين		
متابعة الواجبات	نظرية وامثلة	اختبار حسن الموافقة واختبار الاستقلالية	تعريف الطلبة	3	12
البيتية وصياغة	عملية	بين متغيرين واختبار الاقتران	واكسابهم معرفه		
البينية وصياعة ثلاثة اسلئة على			حول اختبار حسن		
			الموافقة واختبار الاستقلالية بين		
الأقل			متغيرين واختبار		
وعمل امتحان			الاقتران		
سريع (كوز)					

متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسلئة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	توزيع F	تعريف الطلبة واكسابهم معرفه حول تقدير فترة للنسبة بين تباينين	3	13
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسلئة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	اختبار فرضيات حول تساوي عدة أوساط حسابيه	تعريف الطلبة واكسابهم معرفه اختبار فرضيات حول تساوي عدة أوساط حسابيه	3	14
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسلئة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	تطبيقات الانظام الاحصاني الـ SPSS	تعليم الطلبة كيفيه اجراء الاختبارات الإحصائية باستخدام نظام الاحصائي الـ SPSS	3	15

## 11. تقييم المقرر

الدرجة النهائية للتقييم من 100 درجة، والحد الادنى للنجاح هو 50 درجة، وتتوزع درجة التقييم على سعي من 30 درجة وامتحان نهاية الكورس 70 درجة وكالاتي:

- الامتحان شهر الاول 10 درجات
- امتحان الشهر الثاني 10 درجات
- التحضير اليومي ودرجات الامتحان السريع (الكوز) 5 درجات
  - المشاركات 5 درجات

امتحان نهاية الكورس 70 درجة

1. مصادر التعلم والتدريس	
كتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	كتاب الاحصاء, محمود حسن المشهداني وامير حنا
ه	هرمز, جامعة بغداد 1989.
क्षा	الإحصاء التطبيقي: أسلوب تحليلي باستخدام
	2013: SPSS ، الطبعة الأولى ،
مراجع الرئيسة (المصادر)	احصاء المال والاعمال, كمال علوان خلف
LI Company	المشهداني, محمد نذير الشمري, 2012. ،كتاب

	÷1. • (1) 1 11 11 1
	المدخل الى الإحصاء: الدكتورخاشع محمود
	الراويسنة التأليف2000 ، الطبعة الثانية،
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية,	كتاب الاحصاء تاليف الدكتور احمد عبدالسميع
, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	
التقارير)	طبية, 2008, ط 1, دار البداية, عمان.
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت	المو اقع التي تخص علم الحصاء والبرامج
	الاحصائية
	https://www.Stastistics.com

#### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 28 / 2024/1

تاريخ ملء الملف:

التوقيع: ﴿

اسم المعاون العلمي: ا.م.د. أشرف هاشم فارس

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 28 / 1 / 2024

التاريخ: 28/ 1 /28

دقق الملف من قبل:

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م.خلدون عبدالله خلف

التوقيع خكرون عبداللا أخلاك مُدَيِرُ شَعَيَةً صَمَانِ الْجَوَدَةَ التاريخ: 28 / 1 /2024

#### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

#### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من الكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
    - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

### 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				<ol> <li>هيكلية البرنامج</li> </ol>
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

	7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة								
معتمدة	الساعات ال	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى					
عملي	نظري								
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101						
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102						
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103						
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104						
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105						
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى					
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107						
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108						
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109						
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110						
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111						
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112						
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113						
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114						

	3	(1) (1) (1) (1)	A ENANGO 201		
		تسويق خدمات (1)	AEMM23_201		
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202		
	2	المنتج	AEMM23_203		
	2	التسعير	AEMM23_204		
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205		
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206		
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point Word &	AEMM23_207	الثانية	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208		
	2	التوزيع	AEMM23_209		
	2	النرويج	AEMM23_210		
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211		
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212		
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213		
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214		
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301		
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302		
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303		
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304		
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305		
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306		
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة	
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308		
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309		
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310		
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311		
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312		
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313		
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة	

	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402
2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	النسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407
		للتسويق	122/11/220_10/
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. القطاع العام والخاص. نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع. المهارات - امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت. - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري. التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة. - ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. القيم التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته المهنية العالية. ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، النز اهة و الشفافية. ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في الجودة. العمل. 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- 1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
  - 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
    - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب
       والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
  - 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
  - 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
    - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
       مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
    - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

## أعضاء هيئة التدريس

اعداد الهيئة		المتطلبات/المهارات	ص	التخصي			
يسية	التدر	(ان وجدت)			الرتبة العلمية		
محاضر	ملاك		خاص	عام			
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر		
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم		
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	مد ثائر جاسم محمد عفتان		
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشید سلمان		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حميد نايف حميد		
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسى حمد محمد شيحان		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم		
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسين عبد فرحان		
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جميل		
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م م حنان محمد ابراهیم جاسم		

### التطوير المهني

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
  - 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
  - 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
    - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
       المستخدمة في القسم.
    - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية
       وقواعد السلوك.

7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين
 من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

## التطوير المهنى لأعضاء هيئة التدريس

- 1. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي.*
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

### 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.

- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
    - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

	مخطط مهارات البرنامج														
						نامج	ن البرن	وبة م	المطا	تعلم	ات ال	مخرج			
		القيم			ت	مهار ان ا	الد		رفة			اساسىي ام	اسم المقرر	رمز	السنة/ المستوى
ج4	3 <del>5</del>	ج2	ج1	4ب	ب3	ب2	ب1	41	31	21	1)	اختياري	33 77	المقرر	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		y
<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السنة الاولى
<b>√</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		الاولى
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		التسعير		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		الادارة		
													الاستراتيجية أساليب كمية في		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساليب حميه في التسويق		
													التطبيقات		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	/	1	1		المكتبية Power		
				•	•			•	•	•	•		Point Word		السنة
								<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>		&		الثانية
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>						تسویق خدمات 2		
<b>✓</b>	✓ ✓	<b>✓</b>	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	<b>√</b>	✓ ✓	✓ ✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التوزيع		
	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>'</b>	<b>v</b>	<b>'</b>	<b>v</b>	<b>V</b>	✓	✓	✓		الترويج ادارة العالمة		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اداره العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		الدهلية إدارة المبيعات		
													Headway		
<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>		(elementary)		
✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبيةExcel	_	

						1		1				
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق العالمي
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	بحوث تسويق
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهلك
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	Headway (pre- intermediate)
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت
✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات السنة تسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	الثالثة ادارة المعرفة التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	التطبيقات الإحصائية في التسويق
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسویقیة معاصرة 1
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	التسويق الدوائي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	التسويق الرياضي
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	السنة المسؤولية الاجتماعية الرابعة والاخلاقية للتسويق
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	دراسات تسویقیة معاصرة 2
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي و الفندقي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

# نموذج وصف المقرر

دج وصف المعرر	<b>y-</b>
	1. اسم المقرر/
	المحاسبة المالية 2
	2. رمز المقرر /
	AEMM23_104
	3. الفصل / السنة
	الكورس الثاني / المرحلة الأولى
	4. تاریخ إعداد هذا الوصف
	2024\1\28
	5. أشكال الحضور المتاحة
	الحضوري للطلبة
(4	6. عدد الساعات الدراسية (الكلى) / عدد الوحدات (الكلم
( •	45 ساعة ل 3 وحدات بالأسبوع
	7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)
afaaqalbadri@tu.edu.iq :الايميل	أ.م. آفاق ذنون إبراهيم
araaqarbaarr e ta.caa.rq .0	8. اهداف المقرر
1 1 7 1 71 71 1 1 7 1 7 1 7 1 7 1 7 1 7	اهداف المادة الدراسية
1-معرفة كيفية حساب الخصومات التجارية والحصول عليها	اهداف المادة الدر اسية
2-معرفة التعامل بالأوراق التجارية الكمبيالات والصكوك	
3-كيفية تصحيح الأخطاء المحاسبية غير العمدية بالطرق	
المحاسبية المتعارف عليها	
4-معرفة كيفية اجراء التسويات الجردية والتأهب	
للحسابات الختامية	
5- معرفة كيفية اعداد وتنظيم الحسابات الختامية	
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم
1-إدارة المحاضرة على نحو تطبيقي مرتبط بواقع الحياة	الاستراتيجية
اليومية لجذب الطالب الى موضوع المحاضرة دون	,
الابتعاد عن صلب الموضوع لتكون المحاضرة مرنة	
وقابلة للفهم والتحليل.	
2- تكليف الطالب ببعض الأنشطة والواجبات الجماعية.	
3- تخصيص نسبة من الدرجة للواجبات اليومية	
والاختبارات	

				مقرر	10. بنية ال
طريقة التقييم	طريقة	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
	التعلم				
التحضير اليومي،	محاضرة	المحاسبة عن الأوراق التجارية	معرفة ماهي الأوراق التجارية وكيفية	3	الاول
الاختبارات الشفوية، والتحريرية		(أوراق القبض)	التعامل بها في حالة الشراء		
والتحريرية التومي،	محاضرة	المحاسبة عن الأوراق التجارية	هي خاله الشراء معرفة ماهي الأوراق التجارية وكيفية	3	الثاني
الاختبارات الشفوية،			التعامل بها في حالة البيع	J	ي .
والتحريرية		,			
التحضير اليومي،	محاضرة	المحاسبة عن الأصول غير المتداولة -	معرفة ماهي الأصول غير المتداولة	3	الثالث
الاختبارات الشفوية، والتحريرية		كلف اكتساب ومصروفات الشراء	وطرق شرائها		
التحضير اليومي،	محاضرة	بيع الأصول غير المتداولة واستبدالها	معرفة طرق بيع الأصول غير المتداولة	3	الرابع
الإختبارات الشقوية،			وماهي طرق استبدالها		
والتحريرية	1	or ti t - \$11 19.01 7. 1 ti	1 511 12:001 1 7 1 7 1 7 1 7 1	2	1 - 11
التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية،	محاصره	المحاسبة عن الديار الأصول غير الملا	معرفة طرق احتساب الاندثار للأصول المتداولة	3	الخامس
والتحريرية			-5,		
التحضير اليومي،	محاضرة	المحاسِبة عن المصروفات المدفوعة	معرفة تسوية المصاريف	3	السادس
الاختبارات الشفوية،		مقدمأ والمستحقة			
والتحريرية التحضير اليومي،	محاضرة	المحاسبة عن الايرادات المستلمة	معرفة تسوية الايرادات	3	السابع
الاختبارات الشفوية،		مقدماً والمستحقة	٠٠٠ عبوي ٢٠٠٠	3	رجحي
والتحريرية					
التحضير اليومي،	محاضرة	الأخطاء المحاسبية وانواعها واساليبها	معرفة تصحيح الأخطاء المحاسبية	3	الثامن
الاختبارات الشفوية، والتحريرية					
التحضير اليومي،	محاضرة	طرف معالجة الأخطاء المحاسبية	معرفة طرق تصحيح القيود في السجلان	3	التاسع
الاختبار أت الشفوية،		وتصحيحها	المحاسبية		
والتحريرية	1	* 1 11 .1 .	e. Su to the contrate	-	21 TI
التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية،	محاضرة	ميران المراجعة	معرفة اعداد ميزان المراجعة بالأرصدة والمجاميع	3	العاشر
والتحريرية			والتجاليح		
التحضير اليومي،	محاضرة	الحسابات الختامية، الكشوفات المالية	معرفة مداخل اعداد قوائم الحسابات الخ	3	الحادي عشر
الاختبارات الشفوية،					
والتحريرية التحضير اليومي،	محاضرة	دسال المتاحرة	معرفة كيفية اعداد حساب المتاجرة وا	3	الثاني عشر
الاختبارات الشفوية،	<b></b>	عسب المعابرة	بصورة	3	ا استي ستر
والتحريرية			قائمة وكشف		
التحضير اليومي،	محاضرة	حساب الأرباح والخسائر	معرفة كيفية اعداد حساب الأرباح والخس	3	الثالث عشر
الاختبارات الشفوية، والتحريرية			واعداده بصورة قائمة وكشف كشف او قائمة		
التحضير اليومي،	محاضرة	قائمة الدخل	معرفة اعداد وتنظيم قائمة الدخل ، كشف	3	الرابع عشر
الاختبارات الشفّوية،			الدخل	-	
والتحريرية		مديد د رو سي رو رو	It to see the case there are		
التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية،	محاضرة	قائمة المركز المالي	معرفة اعداد وتنظيم قائمة المركز المالي	3	الخامس عشر
الاختبارات السفوية، والتحريرية					
<u> </u>	I	I	1		I

# 11. تقييم المقرر

امتحانات فجائية: 5 درجات

اختبارات شفوية للمحاضرات السابقة تكون على شكل مسابقة: 5 درجات

امتحان شهري: 20 درجات

	السعي :30 درجة
	الامتحان النهائي:70 درجة
	12. مصادر التعلم والتدريس
,Kieso, D., et al, Principles of Accounting	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
(th , ED, John Wiley & Sons, 201210)	
الحيالي والكسب، صدام محمد، علي إبراهيم ، مبادئ المحاسبة	المراجع الرئيسة (المصادر)
2017، جامعة تكريت، العراق .	
مكتبة الكلية ومكتبة الجامعة والمجلات المحاسبية التخصصية	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية،
	التقارير)
https://up.acc-arab.com/do.php?id=265	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنيت

#### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 2024/1/28

تاريخ ملء الملف:

التوقيع: ﴿

اسم المعاون العلمي: ١.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 28/ 1 / 2024

التوقيع:

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 28/ 1 /28

دقق الملف من قبل:

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م.خلدون عبدالله خلف

التوقيع خكرون بجبراللتان خلات مُديرُ شَعَية ضَمَانِ الْجُوَدِةِ التاريخ: 28 / أ /2024

مصادقة السيد العميد

### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

## 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمى في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
    - أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

### 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

# 2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				<ol> <li>هيكلية البرنامج</li> </ol>
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

	7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة								
لمعتمدة	الساعات ا	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى					
عملي	نظري								
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101						
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102						
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103						
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104						
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105						
	2	لغة العربية	AEMM23_106	الأولى					
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107						
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108						
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109						
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110						
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111						
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112						
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113						
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114						

	3	تسویق خدمات (1)	AEMM23_201	
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	التطبيقات المكتبية Power Point Word &	AEMM23_207	الثانية
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	النرويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهاك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة

	3	در اسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402
2	1	قواعد البيانات التسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	AEMM23_407
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

#### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. القطاع العام والخاص. نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع. المهارات امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت. خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري. التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة. ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. القيم التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته. المهنية العالية. ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، النز اهة و الشفافية. ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في الجودة. العمل. 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

  - التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات و الأنشطة الجماعية وحل

- المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
- 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيز هم.
- 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- 1. تقبيم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

### أعضاء هيئة التدريس

	التخص	ص	المتطلبات/المهارات	اعداد الهيئة		
الرتبة العلمية			(ان وجدت)	التدر	التدريسية	
	عام	خاص		ملاك	محاضر	
م.د. فراس فرحان جدي صفر	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك		
م. مي حمودي عبدالله جاسم	إدارة أعمال	تنمية		ملاك		
م.د ثائر جاسم محمد عقتان	إدارة أعمال	موارد بشرية		ملاك		
م.د. فراس حسن رشید سلمان	إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك		
م.م. محمد حميد نايف حميد	إدارة أعمال			ملاك		
م.م موسى حمد محمد شيحان	إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك		
م احمد حمید عیسی جاسم	إدارة أعمال			ملاك		
م.م مروان حسين عبد فرحان	إدارة أعمال			ملاك		
م. سعد عجاج خلف جميل	إدارة أعمال	تسويق		ملاك		
م.م حنان محمد ابراهیم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك		

### التطوير المهنى

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفر غين وغير المتفر غين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
  - 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
  - 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
    - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
       المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين

من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

#### التطوير المهنى لأعضاء هيئة التدريس

- 1. تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
- 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
- 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
  - 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي*.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعلیم حکومی خاص

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

# 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.

- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
  - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

	مخطط مهارات البرنامج														
	مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج														
		القيم	ı		ت	مهاراد	11		رفة	المع		اساس <i>ي</i> ا	2 11	رمز	السنة/
ج4	3ლ	2ლ	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	41	31	21	1	ام اختياري	اسم المقرر	المقرر	المستوى
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		Yı
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السنة الارا
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		اساسيات الحاسوب		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		المنتج		
✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	$\checkmark$	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		التسعير		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
													التطبيقات المكتبية		
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		Power Point		
													Word &		السنة
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		تسويق خدمات 2		الثانية
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		التوزيع		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>		الدارة المبيعات		
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway		
													(elementary) التطبيقات المكتبية		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المحتبية Excel		
✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		الثالثة

<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	سلوك مستهلك
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	ادارة المخاطر
V	•	•	•	V	V	V	V	<b>V</b>	V	•	V	التسويقية
									_			Headway
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	(pre-
												intermediate)
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت
												أنظمة معلومات
✓	$\checkmark$	$\checkmark$	$\checkmark$	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	تسويقية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	ادارة المعرفة
V	•	•	•	V	V	<b>√</b>	<b>v</b>	<b>v</b>	٧	V	V	التسويقية
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	إدارة المنظمات
		-		-		•				-		التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	التسويقية
•	<b>V</b>	•	<b>V</b>	•	<b>V</b>	V	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	٧	•	إدارة التفاوض التطبيقات
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	النصبيفات الإحصائية في
	•	ľ	ľ	ľ						ľ		التسويق
				<b>√</b>		/	<b>√</b>		/		/	مناهج البحث
<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	V	<b>✓</b>	<b>√</b>	V	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	العلمي
✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	ادارة علاقات
												الزبائن در اسات تسويقية
✓	$\checkmark$	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	معاصرة 1
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	قواعد البيانات
												التسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي
✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	التسويق الرياضي
	,			_	_				,			السنة المسؤولية
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	الرابعة الاجتماعية
												رير,بك والاخلاقية للتسويق دراسات تسويقية دراسات تسويقية
✓	$\checkmark$	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	معاصرة 2
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	الاستراتيجيات
												النسويقية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي و الفندقي
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	Headway
	•	•						<u> </u>				(intermediate)

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

ذج وصف المقرر	نموا
	1. اسم المقرر
	اقتصاد 2
	2. رمز المقرر
	AEMM23_112
	3. الفصل / السنة
	الكورس الثاني – العام الدراسي 2023 -2024
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف
	2024-3-12
	5. أشكال الحضور المتاحة
	حضوري
لي)	6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الك
	3 ساعات اسبوعيا (45) ساعة /عدد الوحدات (3)
	7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر
	م.د. علاء عبدالجبار حسين
	8. اهداف المقرر
<ul> <li>حل المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري والاقتصادي المتبعة في العمل والتي قد تكون محددة بظروف معلومة أو مجهولة.</li> <li>تمكين الطلبة من فهم مبادئ الاقتصاد ومفهومه وأدبياته لكي تتوسع لديه مدارك العلوم الإقتصادية.</li> <li>تنمية وتوسيع مدارك الطلبة في المجال الاقتصادي وتنمية قدراتهم في التفكير السليم</li> <li>تزويد المتلقي بمهارات إحصائية واقتصادية تمكنه من توظيفها في ميدان عمله</li> <li>تنمية التفكير الإيجابي في حل المشاكل بطريقة منطقيه وعلميه.</li> <li>توظيف الاقتصاد في علم الإدارة والتشابك بينهما وتمكين المتلقي إمكانية حل المشاكل التي تواجه المجتمع.</li> <li>الالمام بالآثار الإيجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة.</li> </ul>	اهداف المادة الدر اسية
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم
1. تعليم الطلاب الحالات التطبيقية الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم الاقتصاد في سياقات واقعية. 2. ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي ويمكن لهم أن يحللوا البيانات، ويستنجوا النتائج، ويتعلموا كيفية اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة. 3. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معًا في مجموعات صغيرة لحل مسائل	الاستراتيجية

ä,	ء ادار	ادة	اقتص
	ويدار		,

- 4. التدريب القائم على المشروع الطلابي والمشاركة في مشاريع تطبيقية تتطلب فهم مسائل اقتصادية لها علاقة مباشرة بعلم الإدارة.
  - استخدام الحاسبة والوسائل العلمية المتطورة كشاشة العرض لحل المسائل الرياضية ضمن مجال علم الاقتصاد المرتبطة بالإدارة.
  - 6. التعلم التفاعلي باستخدام أنشطة ومهام تفاعلية تشجع المشاركة النشطة من الطلاب. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجية مناقشة المجموعات الصغيرة.

10. بنية المقرر

					<u>10. بنيه المقر</u>
طريقة التقييم	طريقة	اسم الوحدة	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
	التعلم	اوالموضوع			
الامتحانات اليومية	نظري	الايرادات	فهم المفاهيم والمصطلحات	3	الأول
والاسبوعية والشهرية			الخاصة بالإيرادات وانواعها		
والنشاط اليومي ومتابعة			والمعادلات الرياضة الخاصة بها		
الواجبات والتكليفات			وطرق احتسابها		
الامتحانات اليومية	نظري	الاسواق وتحديد الاسعار	التعرف على مفهوم السوق	3	الثاني
والاسبوعية والشهرية			ووظائفه وانواعه		<del>-</del>
والنشاط اليومي ومتابعة					
الواجبات والتكليفات					
الامتحانات اليومية	نظري	سوق المنافسة الكاملة	التعرف على طبيعة سوق	3	الثالث
والاسبوعية والشهرية			المنافسة الكاملة وشروطه		
والنشاط اليومي ومتابعة			ومنحنيات الطلب والتوازن في		
الواجبات والتكليفات			ظل المنافسة التامة وعلى		
			مستوى المشروع والصناعة		
الامتحانات اليومية	نظري	سوق الاحتكار	التعرف على سوق الاحتكار من	3	الرابع
والاسبوعية والشهرية			حيث المفهوم ومميزات ومصادر		
والنشاط اليومي ومتابعة			الاحتكار وتوازن المحتكر		
الواجبات والتكليفات					
الامتحانات اليومية	نظري	سوق المنافسة الاحتكارية	التعرف على طبيعة هذا النوع من	3	الخامس
والاسبوعية والشهرية			الاسواق وكيفية الوصول الى		
والنشاط اليومي ومتابعة			حالة التوازن فيها		
الواجبات والتكليفات					
الامتحانات اليومية	نظري	سوق احتكار القلة	التعرف على طبيعة ومضمون	3	السادس
والاسبوعية والشهرية			سوق احتكار القلة ومميزاتها		
والنشاط اليومي ومتابعة					
الواجبات والتكليفات					
الامتحانات اليومية	نظري	الدخل القومي	التعرف على الدخل القومي	3	السابع
والاسبوعية والشهرية			والناتج المحلي الاجمالي وطرق		
والنشاط اليومي ومتابعة			احتسابها وكذلك والعوامل		
الواجبات والتكليفات			المؤثرة وكذلك الدخل القومي		
			النقدي والحقيقي والناتج القومي		
الامتحانات اليومية	نظري	محددات الدخل القومي	التعرف على محددات الدخل	3	الثامن
والاسبوعية والشهرية			القومي والاستخدام والاستهلاك		
والنشاط اليومي ومتابعة			والادخار والاستثمار ومحدداته		
الواجبات والتكليفات			وطريقة توازن الدخل		
الامتحانات اليومية	نظري	توزيع الدخل القومي	التعرف على الاجور ومنها	3	التاسع
والاسبوعية والشهرية			الحقيقية والنقدية ونظريات		
والنشاط اليومي ومتابعة			الاجور ونظريات الفائدة		
الواجبات والتكليفات					
الامتحانات اليومية	نظري	نظريات السيولة والربح	التعرف على السيولة ودوافع	3	العاشر
والاسبوعية والشهرية			الاحتفاظ بالنقود ودراسة الربح		_
والنشاط اليومي ومتابعة			وانواعه ونظرياته		
الواجبات والتكليفات					

الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	النقود	دراسة النقود من حيث المفهوم والوظائف والانواع	3	الحادي عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات	نظري	النظام النقدي	التعرف على الانظمة النقدية وانواعها وشروط ومميزات كل نظام واهمها الانظمة النقدية المعدنية والورقية	3	الثاني عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية ومتابعة الواجبات والتكاليف	نظري	المصارف	التعرف على المصارف التجارية والبنوك المركزية من حيث النشأة والوظائف	3	الثالث عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية ومتابعة الواجبات والتكاليف	نظري	التجارة الخارجية	التعرف على التجارة الخارجية واهميتها والنظرية المفسرة لها والسياسات التجارية وحركة عوامل الانتاج	3	الرابع عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والامتحان النهائي للكورس الاول	تحريري	امتحان نهاية الكورس	مراجعة شاملة لجميع المواضيع الماضية على مدار اسابع الكورس الاول	3	الخامس عشر

# 11. تقييم المقرر

	12. مصادر التعلم والتدريس
مبادى علم الاقتصاد/الدكتور كريم مهدي	الكتب المقررة المطلوبة
الحسناوي/جامعة بغداد	
مبادئ الاقتصاد _ آ.د. علاء شفيق الراوي	المراجع الرئيسة
عدد من الكتب المنهجية الأخرى في علم الاقتصاد	
عدد من المجلات المتخصصة بالاقتصاد والرسائل	الكتب والمراجع الساندة
والاطاريح الجامعية ذات الصلة	
Website	المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت

#### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 28 / 1 /2024

تاريخ ملء الملف:

التوقيع: ﴿

اسم المعاون العلمي: ١.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 28 / 1 / 2024

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 28/ 1 /284

دقق الملف من قبل:

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: م.م. خلدون عبدالله خلف

التوقيع مكرر في عِبَرُلِللَّهُ خَالِمَتُ مُرْبِرُ شَعْبَةِ صَمَانِ ٱلْجَوَّدَةِ التاريخ: 28 / 1 /2024

مصادقة السيد العميد

#### 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- 1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
  - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

## 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				6. هيكلية البرنامج
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

. وصف البرنامج / منهاج قسم ادارة التسويق									
المعتمدة	الساعات ا	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى					
عملي	نظري								
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101						
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102						
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103						
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104						
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105						
	2	لغة العربية	AEMM23_106						
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107	الأولى					
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108						
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109						
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110						
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111						
2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112						
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113						
	2	حقوق انسان وديمقر اطية	AEMM23_114						

	3	تسويق خدمات (1)	AEMM23_201	
	3	إمدادات النسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الادارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
2	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
2	1	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	الثانية
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	النرويج	AEMM23_210	
	2	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	التطبيقات المكتبية Excel	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهلك	AEMM23_303	
	2	ادارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre- intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الأنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	الثالثة
	2	ادارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	ادارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	ادارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة
	3	دراسات تسويقية معاصرة (1)	AEMM23_402	

2	1	قواعد البيانات النسويقية	AEMM23_403
	2	التسويق الزراعي	AEMM23_404
	2	التسويق الدوائي	AEMM23_405
	2	التسويق الرياضي	AEMM23_406
	2	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية	AEMM23_407
		للتسويق	
	3	دراسات تسويقية معاصرة (2)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات النسويقية	AEMM23_409
2	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

#### المعرفة

- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. القطاع العام والخاص.
  - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.

#### المهارات

- امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.
  - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.
- ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها.
- التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة.

# القيم

- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته المهنية العالية.
  - النز اهة و الشفافية. الجودة.

ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.

# 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

 التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات و الأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

- 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
  - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
- 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
- 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
  - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
     مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
  - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- 1. تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والندوات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

#### أعضاء هيئة التدريس

		1	T		
الهيئة	اعداد	المتطلبات/المهارات	ن	التخصص	
يسية	التدر	(ان وجدت)			الرتبة العلمية
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	امد. فراس فرحان جدي صفر
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	مد ثائر جاسم محمد عفتان
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	مد. فراس حسن رشید سلمان
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جميل
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حمید نایف حمید
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م م موسى حمد محمد شيحان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم
	ملاك			إدارة أعمال	م مروان حسین عبد فرحان
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م.م حنان محمد ابراهیم جاسم

#### التطوير المهنى

#### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

- 1- تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.
- 2- إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفر غين وغير المتفر غين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.
- 3- التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.
- 4- تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.
  - 5- توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية
     المستخدمة في القسم.
  - 6- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 7- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين
   من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

# التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات رأي وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
  - 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
  - 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهنى والأكاديمى المستمر.
- 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

#### 12. معيار القبول

- <u>1- قبو</u>ل مركزي.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعليم حكومي خاص

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

# 14. خطة تطوير البرنامج

- تطوير المناهج الدراسية.
  - 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.

# 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى مؤسسات القطاع الخاص والعام.

							امج	، البرن	ہارات	طمه	مخط				
						نامج	ن البر	وبة م			ات اأ	مخرج			
		القيم			ij	مهاراد	JI		رفة	المع		اساسي		رمز	السنة/
ج4	3ლ	2ლ	ج1	4ب	ب3	ب2	ب1	<b>4</b> ĺ	31	اً 2	11	ام اختياري	اسم المقرر	المقرر	المستوى
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>√</b>		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		z. ti
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السنة الاولى
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>		إدارة التسويق 2		، ۵ و سی
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		إحصاء 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		اساسيات الحاسوب		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		حقوق انسان وديمقر اطية		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>√</b>		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>		التطبيقات المكتبية Power Point Word &		السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2		الثانية
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓		التوزيع	_	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>		الترويج		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		إدارة المبيعات		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓		Headway (elementary )		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبيةExcel		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		

	,			, 1									
<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	✓	بحوث تسويق	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهاك	
✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية	
<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	Headway (pre- intermediate )	
✓	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت	
✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية	السنة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية	الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية	
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية	
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	إدارة التفاوض	
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	التطبيقات الإحصائية في التسويق	
<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	مناهج البحث العلمي	
<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي	
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي	
✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي	
<b>✓</b>	<b>&gt;</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق	السنة الرابعة
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 2	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	الاستر اتيجيات التسويقية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي	
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate )	

<sup>\*</sup>يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

### نموذج وصف المقرر

#### 1. اسم المقرر

#### اساسيات الحاسوب

#### 2. رمز المقرر

#### AEMM23\_113

#### 3. الفصل / السنة

الكورس الثاني, المرحلة الاولى

#### 4. تاريخ إعداد هذا الوصف

#### 2024/2/1

#### 5. أشكال الحضور المتاحة

الحضور داخل القاعة مع استخدام Classroom لتبليغ الطلبة بأوقات الامتحان وتنزيل الدرجات الشهرية والا كوزات ودرجات السعي وبعض الفديوات المتعلقة بالمادة المعطاة كما ويتم تزويد الطلبة بحزمة من التعليمات المتعلقة بالغياب والحضور والامتحان, فضلاً عن المختبر.

# 6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)

#### 15/30

# 7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)

الأسم: م. شيرين اسماعيل خليل الأيميل:

## Shereenismael83@tu.edu.iq

### 8. اهداف المقرر

- 1. تدريب الطالب وتنمية مقدرته العلمية للاستفادة من الحاسب الالي.
- 2. اكساب الطالب القدرات العقلية والابداعية ومساعدته على التفكير المنطقي الاستقرائي والاستنباطي وتنمية قدراته في حل المعضلات.
- تقوية عامل الرغبة نحو الحاسب الالي وتطبيقاته واكساب الميول الايجابية الهادفة نحو تقنية المعلومات.
- 4. التركيز على مبادئ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات النظرية والتطبيقية, والعمل على تزويد الطلبة بالأدوات والوسائل التحليلية والتجريبية والحاسوبية للتعرف على المشاكل التقنية والجرائم المعلوماتية والأمن السيبراني والعمل على ادخال طرق اكثر حداثة في نظام التعليم للتخلص من الملل والروتين والنمطية بين الطلبة في المحتوى العلمي الصلد والمحاضرات والاستعانة بمجموعة من الفيديوهات الخاصة بالمحاضرة, وترك الوقت الكافي للطلاب للاستكشاف والمشاورة, ويكون دور التدريسي مرشد ومعلق على استفسارات الطلاب.
- 5. تَنمية جيل من التَقنيين واعداد قيادات رَقمية مستقبلية في تخصئص تكنولوجيا المعلومات

والاتصالات والعمل على تعزيز مكانة الجامعة بشكل عام والقسم المُشار اليه على وجه الخصوص باعتباره الرائد في هذا المجال.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

فضلاً عن ادارة الوقت والمصادر في تخصص تكنو لو جيا المَعلو مات و الاتِصالاَت و المفاهيم الخاصـة | تقنية المَعلو مات و الاتِصالاَت. بها بطرُق علمية وتقنية والغيام بالتَغييرات المُناسبة. | 6- ان يكون مُهتماً بتطبيق استراتيجية التكنولوجية 2- القُدرة على التَحليل التَقني والتسـويقي والتَفكير العلمي عن طريق تطبيق القوانين في العلوم التسويقية والتكنولوجية والالتزام بالإرشادات والتعليمات لأي فعالية في التنظيم الاداري والتنظيمي في تطبيق الاعمال او مواجهة المعضلات التكنولوجية وحلها وتقييمها, وتقديم واقتراح الخطط او اعادة صياغة ترجمتها او تفسيرها.

> 3- ان يكون الطالب قادر على التحدث والكتابة بأسلوب علمي تقني واداري وتسويقي مؤثر باللغة العربية والانكليزية.

> 4-التمسُك بأخلاقيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والقُدرة على ابداء المهارة المهنية العالية , فَضلاً عن الالتزام بالسلوك والمظهر الشَخصي.

1- امتلاك خريج اداري وتَقنى يمتلُك القدرة على 5- ان يكون عارفاً بالمعايير التسويقية والتقنية الدولية التَفكير الناقد بذاته وجل المعضلات التي تواجهه وتخمين احتياجات السوق وتطبيق مفاهيم المواصفات العالمية في مجال الجودة في العمل ومُكسباً مهارات

الخضراء أي المحافظة على البيئة من التلوث من مُخلفات ( كبح الاثار السلبية للمشاركة البشرية).

10. بنية المقرر

**	A 141 M 4	<b>.</b>	* 46 47 4 487 1 2		
طريقة	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
التقييم					
مناقشة	نظري	التعرف الجذور التاريخية	التعرف على مكونات الحاسوب	2	الاول
	<u> </u>	للحاسوب والدخول الى اهم			
		الوظائف التي يقوم بها جهاز			
		الحاسوب واعطاء اهمية خاصة			
		في الغوص بمثلث المعالجة			
		الألكترونية للبيانات.			
			كوز	2	الثاني
مناقشة	نظري اوتطبيقي	التعرف على الانظمة العددية	الانظمة العددية	2	الثالث
		والية تحويلها من نظام الى نظام		_	
		اخر			
مناقشة	نظري / تطبيقي	التعرف على نظام التشغيل بشكل	نظام التشغيل	2	الرابع
		عام , والغوص بعمق في نظام	·	_	_
		التشغيل مايكرو سوفت ويندوز			
		XP بع <i>مق.</i>			
امتحان			امتحان تحريري	2	الخامس
تحريري					
مناقشة	نظري الطبيقي	نبذة تاريخية عن الشبكة	الانترنيت والشبكات	2	السادس
		العنكبوتية واستخداماتها واهم		_	
		انواع البرتوكولات, والتعرف			
		على ماهية الشبكة وانواع			
		الشبكات , وطرق توصيل			
		الشبكات والتعرف على انواع			
	I				

		المواقع , والتعرف على اعداء			
* * * * *		الانترنيت( المخترقين)	* •	_	
مناقشة	نظري / تطبيقي	التعرف على ماهية البرمجة واهم	البرمجة	2	السابع
		لغات البرمجة ومراحلها.			
امتحان			امتحان تحريري	2	الثامن
تحريري					
مناقشة	نظري / نطبيقي	تعريف الصيانة – طرق الصيانة	الفيروسات وصيانة الحاسب	2	التاسع
	-	العوامل المؤثرة على الحاسوب	الالي	_	
		وتعرضه للتلف تعريف	<u> </u>		
		الفايروسات وخصائصها			
		وانواعها واعراض الأصابة			
		وطرق الحماية.			
		ماهى الفايروسات وكيف يمكنك	کوز	2	العاشر
		معرفة ان جهاز الكومبيوتر	35-		<b>J</b> ,
		مصاب بالفايروس وكيف يمكنك			
		الوقاية منها.			
			:		*- 11
		ماهي الصيانة وكيف يمكنك	امتحان شفوي	2	الحادي عشر
		معرفة ان جهاز الصيانة قد			
		تعرض للتلف			
مناقشة	نظري	الحروب الالكترونية /الامن	مناقشة تقارير	2	الثاني عشر
		الاسيبراني ومواضيع اخرى			
		متعلقة بالمادة مختارة من قبل			
		الطالب.			
	نظري		امتحان شفوي	2	الثالث عشر
مناقشة	نظري	التعليم - التجارة- الخ	استخدامات الحاسب الالي	2	الرابع عشر
	نظري وعملي		امتحان تحريري	2	الخامس عشر

## 11. تقييم المقرر

درجة السعي السنوي تكون من (30) وتُسم على النحو الأتي:

- ♦ (10) درجات امتحان الشهر الاول.
- ♦ (10) درجات امتحان الشهر الثاني.
- ♦ (5) درجات تقریر وواجبات بیتیة.
- ♦ (5) درجات يومي وكوزات وامتحان الشفوي .
  - (70) درجة الامتحان النهائي.

# 12. مصادر التعلم والتدريس الكترب المقررة المطاورة (المنهجرة أن مجرت)

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
الحاسوب والانترنيت (زياد محمد عبود) بشكل خاص.
خاص.
المراجع الرئيسة (المصادر)
واساسيات الحاسوب والانترنيت (زياد محمد عبود) عبود) عبود) بشكل خاص.

الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية,	اساسيات الحاسوب (طارق الناصوري)
التقارير)	اساسيات الحاسوب والبرمجيات (الخضر علي
	الخضر بحاث)
	المجلات العربية والاجنبية الرصينة.
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت	اساسيات الحاسوب (طارق الناصوري),
	مجموعة من المواقع الالكترونية الرصينة.

#### نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

اسم الجامعة: جامعة تكريت

الكلية / المعهد: كلية الإدارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: قسم إدارة التسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس علوم في إدارة التسويق

النظام الدراسي: نظام الكورسات

تاريخ إعداد الوصف: 17 / 9 /2023

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم المعاون العلمي: آ.م. د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 17 / 9 / 2023

التوقيع -

اسم رئيس القسم: ١.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 17 / 9 /2023

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان

التوقيع لمسم

مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الاداء

التاريخ: 17/9/2023

مصادقة ألسيد العميد

# 1. رؤية البرنامج

نطمح إلى أن نكون الخيار للطلاب الذين يرغبون في تطوير المعرفة والمهارات اللازمة في تخصص إدارة التسويق من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وبجودة عالية لخلق قادة تسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد لخدمة المجتمع.

#### 2. رسالة البرنامج

نقوم بإعداد الطلاب للنجاح الأكاديمي والمهني في مجال التسويق وإدارة سلسلة التوريد من خلال توفير بيئة تعليمية متميزة تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلى والعالمي.

والعمل على ايجاد بيئة تعليمية متميزة من حيث المساقات المطروحة وتطبيقاتها تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة والمهارات الضرورية مما يمكنهم من المنافسة في سوق العمل على المستوى المحلي والعالمي.

#### 3. اهداف البرنامج

- مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
- 2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
  - 3. تأهيل الطلبة علميا لمواصلة دراساتهم في مجالات إدارة التسويق.
  - 4. إعداد وتأهيل كوادر علمية متخصصة للعمل في المجالات التسويقية المختلفة.
  - 5. العمل على تطوير المهارات الضرورية للإبداع في النشاطات التسويقية في بيئة الأعمال.
    - 6. تقديم الخبرات والاستشارات لمنظمات المجتمع الدولي.
- 7. العمل على ايفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
  - 8. تنمية وتطوير البحث العلمى داخل القسم.
  - 9. أن نكون مثالاً للتميز التسويقي في العراق.
  - 10. إعداد الدورات التدريبية وتنفيذها لتنمية القدرات التسويقية للعاملين في المنظمات المحلية.
    - 11. تنمية العلاقات بين القسم والأقسام المناظرة في الجامعات المحلية والعربية.
  - 12. الجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي بما يؤهل الطلبة للعمل في السوق ومواجهة التحديات.

# 4. الاعتماد البرامجي

1. هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي ؟ ومن اي جهة ؟ كلا

# 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

2. هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ نعم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

				<ol> <li>هيكلية البرنامج</li> </ol>
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
	%9.4	14	6	متطلبات المؤسسة
	%18	27	10	متطلبات الكلية
	%72.6	109	40	منطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

<sup>\*</sup> ممكن ان تتضمن الملاحظات فيما اذا كان المقرر أساسي او اختياري .

	7. وصف البرنامج / منهاج قسم ادارة التسويق								
الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق الساعات المعة		السنة / المستوى					
عملي	نظري								
	3	إدارة الأعمال 1	AEMM23_101						
	3	إدارة التسويق 1	AEMM23_102						
2	1	إحصاء 1	AEMM23_103						
2	1	محاسبة مالية 1	AEMM23_104						
2	1	اقتصاد 1	AEMM23_105	الأولى					
	2	لغة العربية	AEMM23_106						
	3	Headway (Beginner)	AEMM23_107						
	3	إدارة الأعمال 2	AEMM23_108						
	3	إدارة التسويق 2	AEMM23_109						
2	1	إحصاء 2	AEMM23_110						
2	1	محاسبة مالية 2	AEMM23_111						

2       1       ساسيات الحاسوب       AEMM23_113         2       محقوق النسان وديمقراطية       AEMM23_201         3       (1) تسويق خدمات (1)       AEMM23_201         4       AEMM23_203       AEMM23_203         2       المنتج       AEMM23_204         2       الأسمويق       AEMM23_205         2       1       الأسوية في التسويق         2       1       AEMM23_206         2       1       AEMM23_206         2       1       AEMM23_206         2       1       AEMM23_207         Word &       AEMM23_207         Word &       AEMM23_208         2       1       AEMM23_208         3       (2) Tever       AEMM23_209         4       AEMM23_209       AEMM23_210         4       AEMM23_210       AEMM23_211         2       1       AEMM23_212         4       AEMM23_212       AEMM23_213         4       AEMM23_301       AEMM23_302         4       AEMM23_303       AEMM23_304         4       Headway (pre-		AEMM23_112	اقتصاد 2	1	2
3       (1) تسويق خدمات (1)       AEMM23_201         3       بيددات التسويق (1)       AEMM23_202         2       بيددات (1)       AEMM23_203         2       بيدي (1)       AEMM23_204         2       بيدي (1)       AEMM23_205         2       بيدي (1)       AEMM23_205         2       بيدي (1)       AEMM23_206         2       بيدي (1)       AEMM23_206         2       بيدي (1)       AEMM23_207         Word & AEMM23_208       AEMM23_208         3       (2)       بيدي خدمات (1)         4       بيدي (1)       AEMM23_209         4       بيدي (1)       AEMM23_209         4       بيدي (1)       AEMM23_210         4       بيدي (1)       AEMM23_211         4       بيدي (1)       AEMM23_212         4       بيدي (1)       AEMM23_213         4       بیدی (1)       AEMM23_214         4       بیدی (1)       بیدی (1)         4       بیدی (1)		AEMM23_113	اساسيات الحاسوب	1	2
الشنية المدادات التسويق المدادات المكتبية المدادات الم		AEMM23_114	حقوق انسان وديمقر اطية	2	
2       المنتجا       AEMM23_203         2       التسعير       AEMM23_205         2       الماليب كمية في التسويق         2       1       الساليب كمية في التسويق         4       AEMM23_206         2       1       Power Point في التسليب كمية في التسويق         3       (2)       AEMM23_207         4       AEMM23_208         4       AEMM23_208         2       التسويق خدمات (2)         2       التسويق         2       AEMM23_209         4       AEMM23_209         4       AEMM23_210         4       AEMM23_210         4       AEMM23_211         2       AEMM23_212         4       Headway (elementary)         4       AEMM23_213         4       AEMM23_301         4       AEMM23_302         4       AEMM23_303         4       AEMM23_304         4       Headway (preintermediate)         4       AEMM23_305		AEMM23_201	تسویق خدمات (1)	3	
2       التسعير         2       التسعير         2       الإدارة الإستراتيجية         2       1         Power Point       Indicate the property of the pro		AEMM23_202	إمدادات التسويق	3	
2       الادارة الاستراتيجية         2       1       الادارة الاستراتيجية         2       1       Power Point أساليب كمية في التسويق         4       AEMM23_207         3       (2) Word & AEMM23_208         4       AEMM23_208         5       AEMM23_209         6       AEMM23_209         7       AEMM23_210         8       AEMM23_210         9       AEMM23_211         10       AEMM23_211         10       AEMM23_212         10       AEMM23_213         10       AEMM23_214         10       AEMM23_301         10       AEMM23_302         10       AEMM23_302         10       AEMM23_303         10       AEMM23_304         10       AEMM23_305		AEMM23_203	المنتج	2	
2       1       اساليب كمية في التسويق       AEMM23_206         2       1       Power Point إلتطبيقات المكتبية التطبيقات المكتبية المحتبية المحتبية السويق خدمات (2)       AEMM23_207         3       (2)       نسويق خدمات (2)         4       2       AEMM23_209         4       AEMM23_210         4       AEMM23_210         4       AEMM23_211         2       4EMM23_211         2       4EMM23_212         2       4EMM23_213         3       4EMM23_214         4       3         4       4EMM23_301         4       4EMM23_302         4       4EMM23_303         4       4EMM23_304         4       4EMM23_304         4       4EMM23_305		AEMM23_204	التسعير	2	
2       1       Power Point Word & Power P		AEMM23_205	الادارة الاستراتيجية	2	
2       1       Word &       AEMM23_207         3       (2) تسويق خدمات (2)       AEMM23_208         2       التوزيع       AEMM23_209         4       AEMM23_210       AEMM23_210         2       الترويج       AEMM23_211         2         AEMM23_211       AEMM23_212         2       Headway (elementary)       AEMM23_213         2       1       Excel indexing in labeling i		AEMM23_206	أساليب كمية في التسويق	1	2
Word &         3       (2) تسويق خدمات (2)         2       لادرة العالمة التوزيع         2       الترويج (المكانة الذهنية الذهنية (المحالمة التجارية والمكانة الذهنية (المحالمة التجارية والمكانة الذهنية (المحالمية التجارية والمكانة الذهنية (المحالمية (المحالم		AEMM23 207	التطبيقات المكتبية Power Point	1	2
2       التوزيع         2       الترويج         2       الترويج         2       الحكامة التجارية والمكانة الذهنية         2       AEMM23_211         2       AEMM23_212         2       Headway (elementary)         4       AEMM23_213         2       1         5       Excel التطبيقات المكتبية العالمي         4       AEMM23_214         5       AEMM23_301         6       AEMM23_302         7       AEMM23_303         8       AEMM23_303         9       AEMM23_304         1       AEMM23_305         1       AEMM23_305	الثانية				
2       الترويج         2       ادارة العالمة النجارية والمكانة الذهنية         2       ادارة العالمة النجارية والمكانة الذهنية         4       ادارة المبيعات         2       Headway (elementary)         4       AEMM23_213         5       AEMM23_214         6       AEMM23_214         7       AEMM23_301         8       التسويق العالمي         9       AEMM23_302         1       AEMM23_303         1       AEMM23_304         1       Headway (pre-intermediate)         1       AEMM23_305		AEMM23_208	تسویق خدمات (2)	3	
2       ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية         2       ادارة المديعات         4       AEMM23_212         2       Headway (elementary)         4       AEMM23_213         5       AEMM23_214         6       AEMM23_214         7       AEMM23_301         8       AEMM23_301         9       AEMM23_302         1       AEMM23_303         1       AEMM23_303         2       AEMM23_304         1       AEMM23_305		AEMM23_209	التوزيع	2	
2       تادرة المبيعات       AEMM23_212         2       Headway (elementary)       AEMM23_213         2       1       Excel التطبيقات المكتبية AEMM23_214         3       التسويق العالمي       AEMM23_301         2       1       بحوث تسويق         4       AEMM23_302       AEMM23_303         4       ادارة المخاطر التسويقية       AEMM23_304         4       Headway (pre-intermediate)       AEMM23_305		AEMM23_210	الترويج	2	
2       Headway (elementary)       AEMM23_213         2       1       Excel التطبيقات المكتبية AEMM23_214         3       التسويق العالمي AEMM23_301         2       1       AEMM23_302         2       AEMM23_303         2       AEMM23_303         3       AEMM23_304         4       AEMM23_305         4       AEMM23_305		AEMM23_211	ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	2	
2       1       Excel التطبيقات المكتبية AEMM23_214         3       التسويق العالمي التسويق العالمي AEMM23_301         2       1       بحوث تسويق AEMM23_302         2       AEMM23_303         2       AEMM23_304         4       Headway (pre-intermediate)         2       AEMM23_305		AEMM23_212	إدارة المبيعات	2	
3       التسويق العالمي       AEMM23_301         2       1       بحوث تسويق         2       AEMM23_302         4       AEMM23_303         5       AEMM23_304         6       Headway (pre-intermediate)         1       AEMM23_305		AEMM23_213	Headway (elementary)	2	
2       1       بحوث تسویق       AEMM23_302         2       كاسلوك مستهلك       AEMM23_303         2       ادارة المخاطر التسویقیة       AEMM23_304         4       Headway (pre-intermediate)       AEMM23_305		AEMM23_214	التطبيقات المكتبية Excel	1	2
2       كاسلوك مستهاك         2       ادارة المخاطر التسويقية         4       AEMM23_304         4       Headway (pre-intermediate)         4       AEMM23_305		AEMM23_301	التسويق العالمي	3	
2 ادارة المخاطر التسويقية AEMM23_304 2 Headway (pre- intermediate)		AEMM23_302	بحوث تسويق	1	2
Headway (pre- intermediate)  AEMM23_305		AEMM23_303	سلوك مستهلك	2	
intermediate)  AEMM23_305		AEMM23_304	ادارة المخاطر التسويقية	2	
intermediate)		AEMM23 305	• "	2	
الثالثة AEMM23_306 أساسيات الأنترنت AEMM23_306			·		
	الثالثة	AEMM23_306			2
انظمة معلومات تسويقية AEMM23_307		AEMM23_307	أنظمة معلومات تسويقية	3	
ادارة المعرفة التسويقية <b>AEMM23_308</b>		AEMM23_308	ادارة المعرفة التسويقية	2	
ادارة المنظمات التسويقية <b>AEMM23_309</b>		AEMM23_309	إدارة المنظمات التسويقية	2	
ادارة الجودة التسويقية <b>AEMM23_310</b>		AEMM23_310	ادارة الجودة التسويقية	2	
ادارة التفاوض <b>AEMM23_311</b>		AEMM23_311	إدارة التفاوض	2	
التطبيقات الإحصائية في التسويق AEMM23_312		AEMM23_312	التطبيقات الإحصائية في التسويق	2	

	2	ج البحث العلمي	مناه	AEMM23_313			
	3	علاقات الزبائن	ادارة	AEMM23_401			
	3	سويقية معاصرة (1)	در اسات ن	AEMM23_402			
2	1	البيانات التسويقية	قواعد	AEMM23_403			
	2	التسويق الزراعي		AEMM23_404			
	2	سويق الدوائي	الت	AEMM23_405			
	2	ويق الرياضي	التس	AEMM23_406			
	2	الاجتماعية والاخلاقية	المسؤولية	AEMM23_407	الرابعة		
	2	للتسويقية معاصرة (2)	د اساس :	A F141400 400			
	3	سويعيه معاصره (2) انتجيات التسويقية		AEMM23_408			
	3			AEMM23_409			
2	1	ويق الإلكتروني		AEMM23_410			
	2	ر السياحي و الفندقي		AEMM23_411			
	2	Headway (intern	nediate)	AEMM23_412			
	8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج						
- A	المعرفة						
	·	<ul> <li>قدرة خريجي القس</li> </ul>	ۇسسات	ِ ائدة في إدارة التسويق لم 	·		
النسويق.	، الريادة في إدارة	والمعرفية وتحقيق	1		القطاع العام وا		
			ت بما	تسويقية في كافة المؤسسا الست			
				المجتمع.	يحقق تطلعات		
tti	ا بدائم ب		١ ١ ٠٠١ ب	100 211 - 1 211	المهارات		
	,	- امتلاك خريجي قس	- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.				
		التفكير وحل المشا	- خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.				
، للمهار آت في		- ان تكون مخرجاتنا	صلحه.	عل البناء مع أصحاب الم	ا - التواصل والنفا		
	, الموكلة اليها.	كيفية انجاز المهام			선행		
- 1:cti i. i t		-1 :N: 1 -1 -11		tanikh t i a khiti	القيم		
على ابداء الكفاءه	المهنه والفدرة ع	- التمسك بأخلاقيات		لية الاجتماعية والأخلاقية تابيت المات			
n n sti n	1	المهنية العالية.		وتلبية متطلباته. 			
		ان يكون الطالب م	<ul> <li>النزاهة والشفافية.</li> </ul>				
ة الجوده في	تطبيق مقاهيم ادار	ولديه القدرة على ا			- الجودة.		
		العمل.					

#### 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- 1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعّالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
  - 2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معًا في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدر استهم ومشاركة الأفكار، مما يساهم في تعزيز التفاعل وتبادل المعرفة بينهم.
    - 3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.
  - 4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.
  - 5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.
    - 6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية
       مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.
    - 7. تقديم ردود فعل فورية: توفير آليات لتقديم ردود فعل فورية للطلاب بشأن أدائهم وفهمهم للمفاهيم التسويقية، سواء كان ذلك من خلال التقييمات الدورية أو التفاعل المباشر مع المدرس.

#### 10. طرائق التقييم

- تقييم الأداء في الفصل: يشمل تقييم أداء الطلاب خلال الدروس والمحاضرات وورش العمل، سواء من خلال الاختبارات الكتابية أو التقييم المستمر لمشاركتهم وفهمهم للمواد.
  - 2. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.
- 3. الاختبارات والواجبات: يمكن إعطاء الطلاب اختبارات منتظمة وواجبات تقييمية لتقييم مهاراتهم في حل المسائل المرتبطة بمجال اختصاصهم وفهمهم للمفاهيم المعروضة.
- 4. تقييم المشاركة في البحث: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في أنشطة البحث والمشاريع العلمية، وتقديم تقييم لأسلوب عرضهم وتحليل نتائجهم واستنتاجاتهم.
  - 5. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.
  - 6. تقييم المشاركة الخارجية: يشمل تقييم مدى مشاركة الطلاب في الأنشطة الخارجية مثل المؤتمرات والمسابقات الرياضية.
- 7. تقييم التطور الشخصي والمهني: يمكن تقييم تطور الطلاب على المستوى الشخصي والمهني والأكاديمي خلال مشاركتهم في برنامج توجيه أعضاء هيئة التدريس.

#### 11. الهيئة التدريسية

#### أعضاء هيئة التدريس

اعداد الهيئة التدريسية		المتطلبات/المهارات	ں	التخصص	
		(ان وجدت)			الرتبة العلمية
محاضر	ملاك		خاص	عام	
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	ا.م.د. فراس فرحان جدي صفر
	ملاك		تنمية	إدارة أعمال	أ.م. مي حمودي عبدالله جاسم
	ملاك		موارد بشرية	إدارة أعمال	م.د ثائر جاسم محمد عفتان
	ملاك		نظرية منظمة	إدارة أعمال	م.د. فراس حسن رشید سلمان
	ملاك		تسويق	إدارة أعمال	م. سعد عجاج خلف جميل
	ملاك			إدارة أعمال	م.م. محمد حمید نایف حمید
	ملاك		ريادة اعمال	إدارة أعمال	م.م موسى حمد محمد شيحان
	ملاك			إدارة أعمال	م.م احمد حمید عیسی جاسم
	ملاك			إدارة أعمال	م.م مروان حسين عبد فرحان
	ملاك		إدارة مالية	إدارة أعمال	م.م حنان محمد ابراهیم جاسم

### التطوير المهني

# توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

تحديد احتياجات الجامعة والقسم: يتم تحديد احتياجات الجامعة والقسم من حيث الكوادر التعليمية المطلوبة والتخصصات المفضلة.

إعداد برامج التوجيه: يتم تصميم برامج توجيه مخصصة تستهدف الأعضاء الجدد والزائرين والمتفرغين وغير المتفرغين بناءً على احتياجاتهم وتخصصاتهم.

التعريف بالبيئة الجامعية: يتم تقديم مقدمة شاملة حول الجامعة وقسم الإدارة العامة، بما في ذلك نبذة عن القسم والرؤية والرسالة والأهداف والخدمات المتاحة.

تقديم الموارد الداعمة: يتم توفير الموارد والدعم اللازم للأعضاء الجدد، بما في ذلك الدورات التدريبية والورش العملية والمساعدة الفنية.

توجيه أكاديمي: يتم توجيه الأعضاء الجدد فيما يتعلق بالمناهج والمناطق البحثية والطرق التدريسية المستخدمة في القسم.

- 1- توجيه إداري: يتم توجيه الأعضاء الجدد حول الإجراءات الإدارية والمسؤوليات والسياسات الجامعية وقواعد السلوك.
- 2- دعم مستمر: يتم توفير دعم مستمر لأعضاء هيئة التدريس الجدد والزائرين والمتفر غين وغير المتفرغين من خلال جلسات استشارية وورش عمل وتقييمات دورية.

#### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- تحديد الاحتياجات وتحديد الأهداف: يتم تحديد احتياجات أعضاء هيئة التدريس من خلال استطلاعات
   رأى وتقييم أداء، ومن ثم تحديد الأهداف المحددة التي يجب تحقيقها في إطار البرنامج.
  - 2. تصميم البرنامج التطويري: بناءً على الاحتياجات المحددة والأهداف المحددة، يتم تصميم برنامج تطويري شامل يشمل مجموعة من الأنشطة والدورات التدريبية وورش العمل والموارد التعليمية.
- 3. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
  - 4. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعّالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
  - 5. تقييم نتائج التعلم: يتم تقييم فعالية البرنامج التطويري من خلال تقييم نتائج التعلم لأعضاء هيئة التدريس، مثل زيادة مستوى المعرفة والمهارات التدريسية والتفاعلية مع الطلاب.
  - 6. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
- 7. المشاركة في البحث والنشر العلمي: يشجع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في البحث العلمي ونشر النتائج في المجلات الأكاديمية المرموقة، مما يعزز مكانتهم الأكاديمية ويساهم في تطوير المعرفة في مجالاتهم.

### 12. معيار القبول

- 1- قبول مركز*ي*.
- 2- قبول استثناءات (ذوي الشهداء، أبناء الهيئة التدريسية، الموظفين المتميزين، الأوائل على المعاهد، الطلبة الوافدين).
  - 3- تعلیم حکومی خاص

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- موقع الجامعة والكلية والقسم الالكتروني.
  - 2- اوليات استحداث القسم.

## 14. خطة تطوير البرنامج

1- تطوير المناهج الدراسية.

- 2- فتح دراسات مسائية
- 3- تطوير الملاكات التدريسية والإدارية عن طريق دورات وندوات وورش في مجالات التخصص.
- 4- دعم جهود البحث العلمي من خلال تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على النشر خصوصاً في المستوعبات العالمية.
  - 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
    - 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى مؤسسات القطاع الخاص والعام.

	مخطط مهارات البرنامج														
	مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج														
المهارات القيم							برفة			اساسىي		•	السنة/		
ج4	ج3	ع2	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	41	31	2	1	ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	المستوى
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1		
<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		n ti
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2		السنة الاولى
✓	✓	<b>√</b>	<b>√</b>	✓	<b>√</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2		، موسی
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2		
<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقر اطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير		
✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	<b>✓</b>		النطبيقات المكتبية Power Point Word &		السنة الثانية							
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2		
✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓		التوزيع		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>		ادارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية		
✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓		إدارة المبيعات		

V		1	1	1				ı		1	1	ı	
The property of the proper											/		Headway
Excelibration	<b>V</b>	<b>~</b>	<b>V</b>	<b>~</b>	<b>V</b>	✓	<b>~</b>	<b>~</b>	<b>V</b>	<b>~</b>	<b>V</b>	<b>~</b>	(elementary
Excelibration													)
التسويق العالمي         >	✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
المنافة         <													
المراق المحلول													<del>                                     </del>
التارق المخاطر   التاريقية   المنطقة المنطق								·					
Headway (pre-intermediate (pre-intermediate new york york (pre-intermediate new york york york york york york york york	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
(pre-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Intermediate													Headway
Intermediate   Intermediate   Intermediate   Intermediate   Indication   Intermediate   Indication   Indi	1	1	1	1	1	1	1	1	/	1	1	1	
السنة الفتر معلومات						•	•		•	•	•		intermediate
السنة النظمة معلومات													)
Image   idah and	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	اساسیات
If If if if if it is in the content of the cont													, , , , ;
Iclo   Infraeque	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Image jage   1   1   1   1   1   1   1   1   1													
「「「「「「「」」」」 「「「」」 「「」」 「「」 「」 「」 「」 「」	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	
التسويقية ادارة الجودة التفاوض		./	./	./	./	./	./	./	./	./	./	./	
Itimegiā   「正本映画」   「「「中ででは、「「「「「「「「「「「「「「」」」」」」   「「「「「「」」」」   「「「「「「「」」」」」」   「「「「「「「「		V	•	V	<b>V</b>	•	<b>V</b>	•	<b>V</b>	V	V	V	
旧版 ( )	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	1	<b>✓</b>	1	<b>✓</b>	
التطبیقات         التسویق         التسویق         التسویق         العلمی         مناهج البحث         الدارة علاقات         الزبانن         الزبانن         الزبانن         معاصرة 1         دراسات تسویقیة         التسویق الذراعی         التسویق الدراغی         التسویق الدراغی         التسویق الدراغی         السویق الدراغی         البختماعیة         السویق الدریاضی         السویق الدریاضی         السویق الدریاضی         السویق الدریاضی         الرابعة         الرابعة         دراسات تسویقیة         دراسات تسویقیة         دراسات تسویقیة						·							
「大子田・北京 を	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>√</b>	✓	✓	✓	✓	✓	
أالتسويق       التسويق         مناهج البحث       العلمي         ادارة علاقات       ادارة علاقات         دراسات تسویقیة       الزبانن         معاصرة 1       التسویقیة         قواعد البیانات       التسویقیة         التسویق الزراعي       الاحتماعیة         التسویق الدوائی       الاحتماعیة         السنة       الاجتماعیة         الرابعة       الرباعقیة للتسویق         دراسات تسویقیة       الرباعة													
مناهج البحث       \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	✓	
Image   Im													
Icle   a 知道に	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Hit in		./	./	./	./	./	./	./	./	./	./	./	ادارة علاقات
A pale	•	V	•	V	V	•	<b>V</b>	V	<b>V</b>	•	•	V	الزبائن
	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	
himegia lice lian   マママママママママママママママママママママママママママママママママママ													
himegia llic(132)   マーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマーマ	✓	✓	✓	✓	✓	$\checkmark$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
التسويق الدوائي	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	
السنة النسويق الرياضي	<b>✓</b>			<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>		<b>√</b>		<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	
السنة المسؤولية الاجتماعية الاجتماعية الاجتماعية الاجتماعية التسويق													
السنة الاجتماعية الاجتماعية الاجتماعية الاجتماعية التسويق الاجتماعية التسويق الاجتماعية التسويقية التسويقية المحاصرة 2 ا		<b>—</b>	_	•	_	_		•	•		•	•	المسئمارة
لر ابعة والاخلاقية للتسويق المعاصرة 2 ما معاصرة 2 ما	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	
دراسات تسویقیة       ۲									L	L			الرابعة والاخلاقية للنسويق
معاصرة 2	1	1	1	1	<b>✓</b>	<b>√</b>	1	1	<b>✓</b>	<b>√</b>	1	<b>√</b>	دراسات تسويقية
							<u> </u>		<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>		
الاستراتيجيات	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Hime gio   I\	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>✓</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	<b>√</b>	
1, 11													
والفندقي "	<b>✓</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>✓</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	<b>V</b>	والفندقي
Headway											,	_	Headway
V   V   V   V   V   V   V   V   V   V	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<b>✓</b>	✓	✓	✓	(intermediate
					İ		<u> </u>		<u> </u>	<u> </u>		<u> </u>	) )

ع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم	"يرجي وصنع اشاره في المربعات المقابلة لمحرجات
---	---

# نموذج وصف المقرر

	% . ti
	1. اسم المقرر:
	حقوق الانسان والديمقراطية
	2. رمز المقرر
	AEMM23_114
	3. الفصل / السنة: /
	2024-2023
	4. تاريخ إعداد هذا الوصف:
	•
	الكورس الأول
	5. أشكال الحضور المتاحة:
	حضوري
ن (الكلي):	6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدان
	30 ساعة / وحدة 2
م یذکر)	7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اس
الآيميل:	الاسم: سرمد محمد خلف حسين
	sarmad.m.khalaf@tu.edu.iq
	8. اهداف المقرر
<ul> <li>تعريف الطلاب بمفهوم حقوق الانسان في الحضارات القديمة</li> <li>التعرف على حقوق الانسان في الشرائع والاديان السماوية</li> <li>معرفة ماهي مصادر حقوق الانسان</li> <li>معرفة ما هو مفهوم الديمقراطية وماهي اشكالها</li> <li>تعريف الطلبة بأشكال النظام التمثيلي النيابي</li> <li>التعرف على مفهوم الانتخاب وما هو تكيفه القانوني</li> </ul>	اهداف المادة الدراسية
	9. استراتيجيات التعليم والتعلم
<ul> <li>محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها</li> </ul>	الاستراتيجية
L	

تشجيع التفكير للطلاب لمعرفة كيف تطورت حقوق الانسان عبر	•	_
التاريخ		

- تحفيز الطلاب من خلال المشاركات اليومية والامتحانات الدورية لغرض استيعاب المادة بشكل جيد
- توجیه الطلاب نحو التعلم الضروري لغرض معرفة ما هو الفرق بین مفهوم حقوق الانسان ومفهوم الدیمقراطیة
  - استخدام أساليب تفاعلية مفيدة للطلاب

10. بنية المقرر

				مقرر	10. بنية ال
طريقة التقييم	طريقة التعلم	اسم الوحدة او الموضوع	مخرجات التعلم المطلوبة	الساعات	الأسبوع
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	حقوق الانسان في الحضارة اليونانية والرومانية والمصرية والعراقية	حقوق الانسان في الحضارات القديمة	2	الاول
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	حقوق الانسان في الديانتين اليهودية والمسيحية والاسلامية	حقوق الانسان في الشرائع والاديان السماوية	2	الثاني
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	المصادر الدولية	مصادر حقوق الانسان	2	الثالث
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	المصادر الوطنية	مصادر حقوق الانسان	2	الرابع
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	حقوق الانسان والديمقر اطية	امتحان الشهر الاول	2	الخامس
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	تعريف الديمقراطية والمبادئ الاساسية للديمقراطية واشكال الديمقراطية	مفهوم الديمقراطية	2	السادس
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بينتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين	اشكال النظام التمثيلي النيابي	الديمقراطية	2	السابع

_	1				
	التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم				
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	نظام المجلس النيابي الواحد ونظام المجلسين	الديمقراطية	2	الثامن
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	مفهوم الانتخاب وتكيفه القانوني	الديمقراطية	2	التاسع
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	الديمقراطية	امتحان الشهر الثاني	2	العاشر
طرح الاسنلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	حقوق الانسان في الحضارات القديمة وفي الشرائع والاديان السماوية ومصادر حقوق الانسان	مراجعة شاملة لحقوق الانسان	2	الحادي عشر
طرح الاسئلة والاختبارات	واجبات بيتية وطرح الاسئلة والتفاعل بين التدريسي والطلاب وكذلك الطلاب مع بعضهم	تعريف الديمقراطية ومبادئها الاساسية واشكال الديمقراطية واشكال النيابي وما هو نظام المجلس النيابي الواحد ونظام المجلسين وما هو مفهوم الانتخاب	مراجعة شاملة لمفهوم الديمقراطية	2	الثاني عشر

# 11. تقييم المقرر

الدرجة النهائية للتقييم من 100 درجة، والحد الادنى للنجاح هو 50 درجة، وتتوزع درجة التقييم على سعي من 30 درجة وامتحان نهاية الكورس 70 درجة و كالاتي:

- الامتحان شهر الاول 10 درجات
- امتحان الشهر الثاني 10 درجات
  - التحضير اليومي 5 درجات
    - المشاركات 5 درجات
- امتحان نهاية الكورس 70 درجة

# 12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)

المراجع الرئيسة (المصادر)

	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية, التقارير)
	المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنيت