

جامعة تكريت

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم إدارة التسويق

الوصف الأكاديمي

الدراسات الأولية / المرحلة الاولى

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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/ 9 / 17

تاريخ ملء الملف:



التوقيع:

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



التوقيع

اسم رئيس القسم: أ.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 2023 / 9 / 17

التاريخ: 2023/ 9 / 17

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان

المدرس المساعد
أسامة موسى فرحان
مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الأداء

التوقيع

التاريخ: 2023 / 9 / 17



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 المحلي 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 الضرورية استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً 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 مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم ادارة التسويق

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

الأولى

	3	تسويق 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	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة 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 بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية
		عام	خاص		ملاك
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
م.د. فراس حسن رشيد سلمان		إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك
م. سعد عجاج خلف جميل		إدارة أعمال	تسويق		ملاك
م.م. محمد حميد نايف حميد		إدارة أعمال			ملاك
م.م. موسى حمد محمد شيحان		إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك
م.م. احمد حميد عيسى جاسم		إدارة أعمال			ملاك
م.م. مروان حسين عبد فرحان		إدارة أعمال			ملاك
م.م. حنان محمد ابراهيم جاسم		إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك

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 والفعالة، 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 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 وسفريات علمية للطلبة الى مؤسسات القطاع الخاص والعام.

مخطط مهارات البرنامج																
مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج																
القيم					المهارات				المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
4ج	3ج	2ج	1ج	4ب	3ب	2ب	1ب	4أ	3أ	2أ	1أ					
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		السنة الاولى	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقراطية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		السنة الثانية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Power Point Word &			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التوزيع			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة العالمية التجارية والمكانة الذهنية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المبيعات			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (elementary)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Excel			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي			

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		السنة الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)		

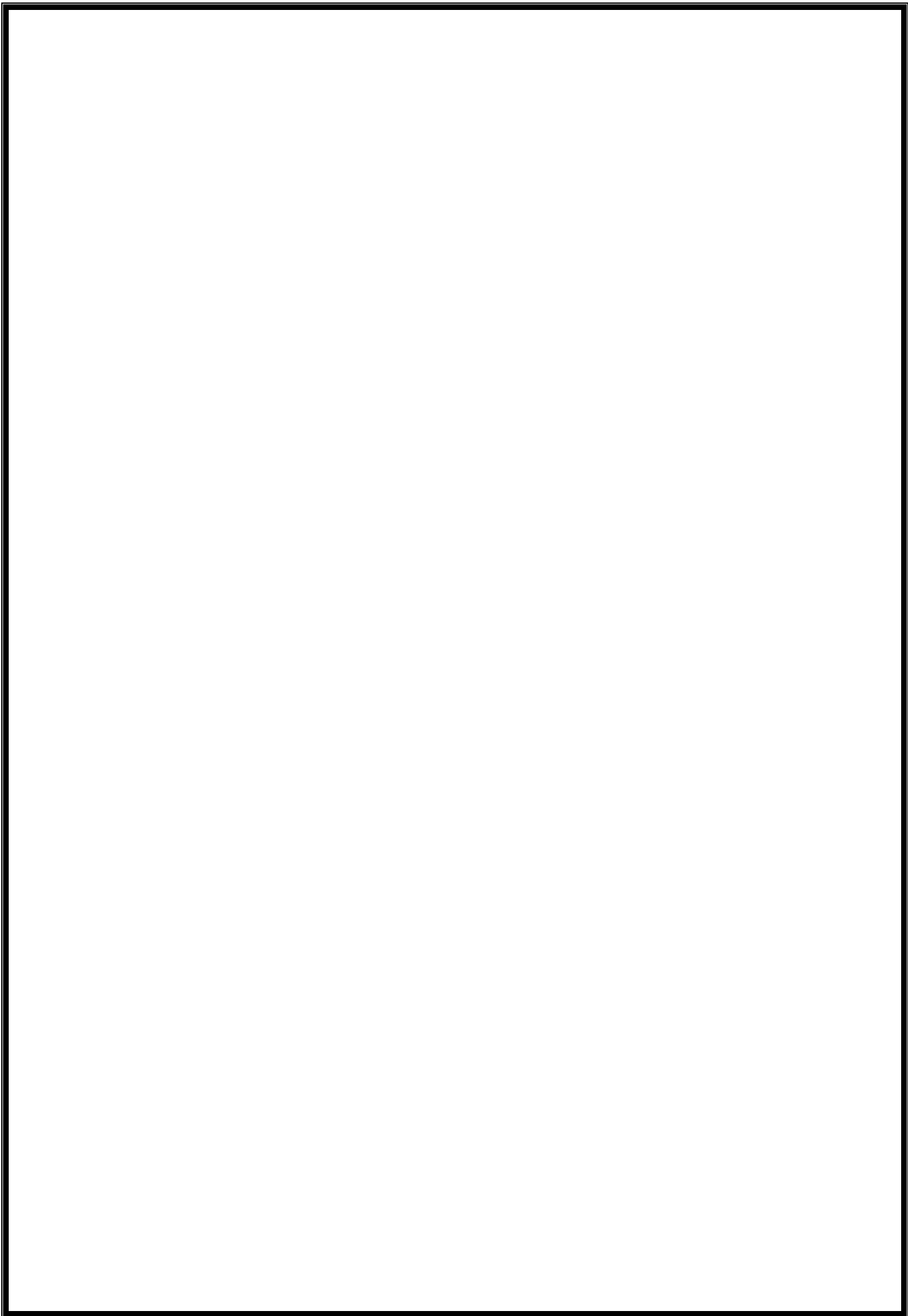
*يرجى وضع اشارة في المربعات المقابلة لمخرجات التعلم الفردية من البرنامج الخاضعة للتقييم

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	
حضورى داخل القاعة مع استخدام برنامج Classroom لتبليغات الطلبة باوقات الامتحانات وتنزيل درجات الامتحانات الشهرية ودرجات السعي السنوي.	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
عدد الساعات 45 / عدد الوحدات 3	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
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 مزاولة اعمالهم الادارية.	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
-لقاء المحاضرات الحضورية والالكترونية -اجراء المناقشات الحوارية مع الطلبة -الاسئلة الشفوية للطلبة -التعليم المدمج (كلاس رووم)	الاستراتيجية

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

11. تقييم المقرر	
الدرجة النهائية للتقييم من 100 درجة، والحد الأدنى 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)	كتاب مبادئ الادارة
المراجع الرئيسية (المصادر)	كتب متخصصة في علم الادارة
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير)	مجموعة من البحوث الادارية المتخصصة في مجال ادارة الاعمال.
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	مجموعة من المواقع والمننديات الالكترونية



نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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 : 2023/9 / 17

تاريخ ملء الملف:

التوقيع: 
اسم المعاون العلمي: أ.م.د. أشرف هاشم فارس

التوقيع 
اسم رئيس القسم: أ.م.د. فراس
فرحان جدي

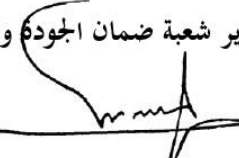
التاريخ: 2023 / 9 / 17

التاريخ: 2023/ 9 / 17

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان

التوقيع 
المدرس المساعد
أسامة موسى فرحان
مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الأداء

التاريخ: 2023/ 9 / 17


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 المحلي والعالمي. والعمل على إيجاد 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. أهداف البرنامج

1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة إلى التطبيقات التسويقية الضرورية استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً 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 إفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
9. أن نكون مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة	
			نظري	عملي
الأولى	AEMM23_101	إدارة الأعمال 1	3	
	AEMM23_102	إدارة التسويق 1	3	
	AEMM23_103	إحصاء 1	1	2
	AEMM23_104	محاسبة مالية 1	1	2
	AEMM23_105	اقتصاد 1	1	2
	AEMM23_106	لغة العربية	2	
	AEMM23_107	Headway (Beginner)	3	
	AEMM23_108	إدارة الأعمال 2	3	
	AEMM23_109	إدارة التسويق 2	3	
	AEMM23_110	إحصاء 2	1	2
	AEMM23_111	محاسبة مالية 2	1	2
	AEMM23_112	اقتصاد 2	1	2
الثانية	AEMM23_113	اساسيات الحاسوب	1	2
	AEMM23_114	حقوق انسان وديمقراطية	2	
	AEMM23_201	تسويق خدمات (1)	3	

	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	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

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

2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية
		عام	خاص		ملاك
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
م.د. فراس حسن رشيد سلمان		إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك
م.م. محمد حميد نايف حميد		إدارة أعمال			ملاك
م.م. موسى حمد محمد شبحان		إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك
م.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم		إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك

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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات استحداث القسم.

14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تطوير المناهج الدراسية.
- 2- فتح دراسات مسانية
- 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

[illegible]

													intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة علاقات الزبائن		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (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	
حضورى 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 (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الايمل: Sajaj95@tu.edu.iq الايمل: Ahmed.H.24@tu.edu.iq م. سعد عجاج خلف م.م. أحمد حميد عيسى	
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. 3. اشاعة المعرفة من خلال التعاون مع الاقسام المناظرة و الندوات والمؤتمرات	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
1. توسيع مفهوم الطلبة حول موضوع التسويق. 2. تعزيز التفكير لدى الطلبة بأهمية التسويق في حياتهم. 3. اكساب الطلبة مهارات التي تمكنهم تحديث المعلومات لد حول ادارة التسويق.	الاستراتيجية
10. بنية المقرر	

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

11. تقييم المقرر

تكون الدرجة من 100 درجة توزع كما يلي:
30 درجة منها توزع :

- 10 درجات امتحان الشهر اول.
 - 10 درجات امتحان الشهر الثاني.
 - 5 درجات مشاركات داخل الصف.
 - 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 الرئيسية (المصادر)	كتاب الدكتور ثامر ياسر البكري في (مبادئ ادارة التسويق)
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية, التقارير...)	التقارير
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنت	مواقع الانترنت

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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: أ.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 2023 / 9 / 17



التوقيع

اسم رئيس القسم: أ.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 2023/ 9 / 17

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان

المدير المساعد
أسامة موسى فرحان
مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الأداء

التوقيع

التاريخ: 2023/ 9 / 17



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 المحلي 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. أهداف البرنامج

1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة الى التطبيقات التسويقية الضرورية 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 مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

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

	3	تسويق 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	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة 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	
م.د. فراس حسن رشيد 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.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك	

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 تطوري 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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 المستويات العالمية.
- 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
- 6- إقامة زيارات ميدانية وسفريات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

[illegible]

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة الثالثة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)			

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

نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
مبادئ الإحصاء 1 لإداره 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 (إذا أكثر من اسم يذكر):	
الاسم: م.د ثائر جاسم محمد	
8. اهداف المقرر	
1- هدف هذا المقرر يتمثل في تزويد الطلبة بنظرة شاملة حول المفاهيم الأساسية في مجال الإحصاء التي يتعين على الطلبة اكتسابها. 2- يهدف المقرر أيضاً 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. 4- استيعاب المفاهيم الرياضية 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	اهداف المادة الدراسية
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

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

متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	الانحراف المعياري والتباين	قياس الاختلاف في البيانات	3	9
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	مقاييس التشتت النسبية: معامل الاختلاف والدرجة المعيارية	قياس الاختلاف في البيانات	3	10
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	الارتباط البسيط بيرسون	قياس العلاقة الكمية بين المتغيرات	3	11
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	ارتباط الرتب سبيرمان	قياس العلاقة الرتبية بين المتغيرات	3	12
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	ارتباط الصفات: معامل التوافق، معامل الافتران	قياس العلاقة بين المتغيرات	3	13
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	الانحدار الخطي البسيط	انموذج العلاقة بين المتغيرات	3	14
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	الانحدار الخطي المتعدد	انموذج العلاقة بين المتغيرات	3	15

11. تقييم المقرر

الدرجة النهائية للتقييم من 100 درجة، والحد الأدنى للنجاح هو 50 درجة، وتوزع درجة التقييم على سعي من 30 درجة و امتحان 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 الرئيسية (المصادر)	احصاء المال والاعمال, كمال علوان خلف المشهداني, محمد نذير الشمري, 2012. , كتاب المدخل الى الإحصاء : الدكتور خاشع محمود الراويسنة التأليف 2000 , الطبعة الثانية،
الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية, التقارير...)	كتاب الاحصاء تأليف الدكتور احمد عبد السميع طبية, 2008, ط 1, دار البداية, عمان.
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنت	المواقع التي تخص علم الحصاء والبرامج الاحصائية https://www.Statistics.com

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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/ 9 / 17

تاريخ ملء الملف:

	
التوقيع:	التوقيع
اسم معاون العلمي : د.م.د. أشرف هاشم فارس	اسم رئيس القسم : د.م.د. فراس
	فرحان جدي
التاريخ: 2023 / 9 / 17	التاريخ: 2023/ 9 / 17

دقق الملف من قبل
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي : أسامة موسى فرحان
التوقيع
المدرس المساعد
أسامة موسى فرحان
مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الأداء
التاريخ: 2023/ 9 / 17


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 المحلي 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 مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

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

	3	تسويق 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	إدارة 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	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة 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	
م.د. فراس حسن رشيد 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.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك	

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 تطوري 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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 المستويات العالمية.
- 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
- 6- إقامة زيارات ميدانية وسفريات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

[illegible]

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة الثالثة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)			

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

نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر/	
المحاسبة المالية 1	
2. رمز المقرر /	
AEMM23_104	
3. الفصل / السنة	
الكورس الاول / المرحلة الأولى	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2024\1\28	
5. أشكال الحضور المتاحة	
الحضوري للطلبة	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
45 ساعة ل 3 وحدات بالأسبوع	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
أ.م. آفاق ذنون إبراهيم	
الايمل: afaalbadri@tu.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
1-معرفة كيفية حساب الخصومات التجارية والحصول 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	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
1-إدارة المحاضرة على نحو تطبيقي مرتبط بواقع الحياة 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	الاستراتيجية

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
الاول	3	مدخل للمحاسبة وبيئة الشركات	المحاسبة في العمل	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثاني	3	طبيعة وظيفة المحاسبة وايصال معلوماتها مستخدمى المعلومات	الوظائف الأساسية للمحاسبة	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثالث	3	معرفة الأهداف والمبادئ والفرصيات	الجانب العلمي للمحاسبة	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الرابع	3	معرفة تسجيل القيد المفرد في المشروعات الفردية	القيد المفرد	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الخامس	3	معرفة معادلة الميزانية	العمليات المحاسبية	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
السادس	3	معرفة المستندات والسجلات المحاسبية	مفاهيم القيد المزدوج	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
السابع	3	كيفية تسجيل القيد المزدوج	القيد المزدوج	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثامن	3	تحليل العمليات -تسجيل -ترحيل ترصيد – ميزان مراجعة	الدورة المحاسبية	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
التاسع	3	معرفة تقديم راس المال وزيادته وتخفيضه	المحاسبة عن تكوين الشركات	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
العاشر	3	معرفة تسجيل المسحوبات الشخصية والقروض والفوائد	المسحوبات الشخصية والقروض	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الحادي عشر	3	معرفة طرق تسجيل المصروفات الايرادية والراسمالية	المصروفات الايرادية والراسمالية	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثاني عشر	3	معرفة تسجيل المشتريات ومردوداتها وممسوحاتها ومصاريف الشراء	المحاسبة عن البضاعة- مشتريات	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثالث عشر	3	معرفة تسجيل المبيعات ومردوداتها وممسوحاتها ومصاريف الشراء	المحاسبة عن البضاعة- مبيعات	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الرابع عشر	3	معرفة اعداد وتنظيم قائمة الدخل ، كشف الدخل	قائمة الدخل	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الخامس عشر	3	معرفة اعداد وتنظيم قائمة المركز المالي	قائمة المركز المالي	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات 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

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

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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 معاون العلمي : ا.م.د. أشرف هاشم فارس



التوقيع

اسم رئيس القسم : ا.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 المساعد
أسامة موسى فرحان
مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الأداء

التوقيع

التاريخ: 17 / 9 / 2023



مصادقة السيد العميد

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 المحلي والعالمي. والعمل على إيجاد 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.

٣. أهداف البرنامج

١. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
٢. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة إلى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
٣. تأهيل الطلبة علمياً 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 إفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملأهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
٨. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
٩. أن نكون مثلاً 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

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة	٦	١٤	٩,٤%	
متطلبات الكلية	١٠	٢٧	١٨%	
متطلبات القسم	٤٠	١٠٩	٧٢,٦%	
التدريب الصيفي				
أخرى				

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

٧. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة
نظري	عملي		
		إدارة الأعمال ١	AEMM23_101
		إدارة التسويق ١	AEMM23_102
		إحصاء ١	AEMM23_103
		محاسبة مالية ١	AEMM23_104
		اقتصاد ١	AEMM23_105
		لغة العربية	AEMM23_106
		Headway (Beginner)	AEMM23_107
		إدارة الأعمال ٢	AEMM23_108
		إدارة التسويق ٢	AEMM23_109
		إحصاء ٢	AEMM23_110
		محاسبة مالية ٢	AEMM23_111
		اقتصاد ٢	AEMM23_112
		اساسيات الحاسوب	AEMM23_113
		حقوق انسان وديمقراطية	AEMM23_114

	3	تسويق خدمات (١)	AEMM23_201	الثانية
	3	إمدادات التسويق	AEMM23_202	
	2	المنتج	AEMM23_203	
	2	التسعير	AEMM23_204	
	2	الإدارة الاستراتيجية	AEMM23_205	
٢	1	أساليب كمية في التسويق	AEMM23_206	
٢	1	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (٢)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
٢	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
٢	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
٢	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة علاقات الزبائن	AEMM23_401	الرابعة

	3	دراسات تسويقية معاصرة (١)	AEMM23_402
٢	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 (٢)	AEMM23_408
	3	الاستراتيجيات التسويقية	AEMM23_409
٢	1	التسويق الإلكتروني	AEMM23_410
	2	التسويق السياحي والفندقي	AEMM23_411
	2	Headway (intermediate)	AEMM23_412

٨. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

المعرفة

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص. - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع. | <ul style="list-style-type: none"> - قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. |
|---|--|

المهارات

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري. | <ul style="list-style-type: none"> - امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت. |
| <ul style="list-style-type: none"> - التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة. | <ul style="list-style-type: none"> - ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. |

القيم

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. - خدمة المجتمع وتلبية متطلباته. | <ul style="list-style-type: none"> - التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية. |
| <ul style="list-style-type: none"> - النزاهة والشفافية. - الجودة. | <ul style="list-style-type: none"> - ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل. |

٩. استراتيجيات التعليم والتعلم

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

المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

٢. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.

٤. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.

٥. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.

٦. 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.

٢. المشاركة في المناقشات والأنشطة: يمكن تقييم مدى مشاركة الطلاب في المناقشات الصفية والأنشطة الجماعية والمشاريع الفردية، وذلك لتقييم مدى فهمهم وتفاعلهم مع المواد.

٣. 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.

٥. تقييم الأداء العملي: يمكن تقييم الطلاب في الأداء العملي من خلال الزيارات العملية والمشاركة في الأنشطة التطبيقية.

٦. 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.

أعضاء هيئة التدريس

الرتبة العلمية	التخصص		المتطلبات/المهارات (إن وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية	
	عام	خاص		ملاك	محاضر
أ.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	
م.د. فراس حسن رشيد سلمان	إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك	
م.م. محمد حميد نايف حميد	إدارة أعمال			ملاك	
م.م. موسى حمد محمد شيخان	إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك	
م.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك	

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

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.
٣. تنفيذ البرنامج: يتم تنفيذ البرنامج التطويري بشكل منتظم ومنظم، ويشمل ذلك تنظيم ورش العمل، وإجراء الدورات التدريبية، وتقديم الموارد التعليمية المناسبة.
٤. استخدام استراتيجيات التدريس الفعالة: يتعلم أعضاء هيئة التدريس استخدام وتطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة والفعالة، مثل التعلم التعاوني والتعلم النشط والتكنولوجيا التعليمية.
٥. 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.
٦. التطوير المستمر: يجري تقديم التغذية الراجعة والدعم المستمر لأعضاء هيئة التدريس لتعزيز التطوير المهني والأكاديمي المستمر.
٧. 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

- ١- قبول مركزي.
- 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 الإلكتروني.
- ٢- أوليات استحداث القسم.

١٤. خطة تطوير البرنامج

- ١- تطوير المناهج الدراسية.
- ٢- فتح دراسات مسانية
- 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.

مخطط مهارات البرنامج																
مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج																
القيم					المهارات			المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى	
ج٤	ج٣	ج٢	ج١	ب٤	ب٣	ب٢	ب١	أ٤	أ٣	أ٢	أ١					
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال ١		السنة الاولى
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقراطية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات ١		السنة الثانية
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Power Point Word &		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التوزيع		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة العالمية التجارية والمكانة الذهنية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المبيعات		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (elementary)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Excel		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك		

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة ١		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة ٢		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)		

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

نموذج وصف المقرر

١. اسم المقرر	
مبادئ اقتصاد ١	
٢. رمز المقرر	
AEMM23_105	
٣. الفصل / السنة	
الفصل الأول/الكورس الاول -العام الدراسي ٢٠٢٣ - ٢٠٢٤	
٤. تاريخ إعداد هذا الوصف	
١٧ / ٩ / ٢٠٢٣	
٥. أشكال الحضور المتاحة	
حضور	
٦. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
٣ ساعات اسبوعيا (٤٥) ساعة / عدد الوحدات (٣)	
٧. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
م.د. علاء عبد الجبار حسين	
٨. أهداف المقرر	
• حل المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري 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 الاقتصادية . • 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 منطقية وعلمية. • توظيف الاقتصاد في علم الإدارة والتشباك بينهما وتمكين المتلقي إمكانية حل المشاكل التي تواجه المجتمع. • الإلمام بالآثار الإيجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة.	اهداف المادة الدراسية
٩. استراتيجيات التعليم والتعلم	
١. تعليم الطلاب الحالات التطبيقية الدراسية الحقيقية لتطبيق مفاهيم الاقتصاد في سياقات واقعية. ٢. ويمكن لهم أن يتعلموا مصطلحات الاقتصاد وفهمها بشكل سليم وعلمي ويمكن لهم أن يحلوا البيانات، ويستجوا النتائج، ويتعلموا كيفية اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة . ٣. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معاً في مجموعات صغيرة لحل مسائل اقتصادية وإدارية. ٤. التدريب القائم على المشروع الطلابي والمشاركة في مشاريع تطبيقية	الاستراتيجية

تتطلب فهم مسائل اقتصادية لها علاقة مباشرة بعلم الإدارة.	
٥. استخدام الحاسبة والوسائل العلمية المتطورة كشاشة العرض لحل المسائل الرياضية ضمن مجال علم الاقتصاد المرتبطة بالإدارة.	
٦. التعلم التفاعلي باستخدام أنشطة ومهام تفاعلية تشجع المشاركة النشطة من الطلاب. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجية مناقشة المجموعات الصغيرة.	

١٠. بنية المقرر

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

النشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكاليف			على العرض.		
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكاليف	نظري	التوازن في السوق	- دراسة نقطة التوازن في السوق بين العرض والطلب والسعر التوازني المقابل لها وكيفية المحافظة على توازن السوق بافتراض ثبات العوامل الأخرى.	٣	الحادي عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكاليف	نظري	سلوك المستهلك والمنفعة	التوسع في دراسة أهم النظريات التي تدرس سلوك المستهلك وأهم 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	٣	الرابع عشر
الامتحانات اليومية والاسبوعية والامتحان النهائي للكورس الاول	تحريري	امتحان نهاية الكورس	مراجعة شاملة لجميع المواضيع الماضية على مدار اسابيع الكورس الاول	٣	الخامس عشر

١١. تقييم المقرر

١٢. مصادر التعلم والتدريس

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

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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: 2023/9 / 17

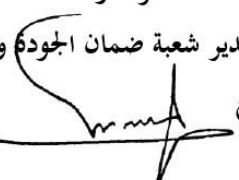
تاريخ ملء الملف:

التوقيع: 
اسم معاون العلمي: د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 2023 / 9 / 17

التوقيع: 
اسم رئيس القسم: د. فراس
فرحان جدي

التاريخ: 2023/ 9 / 17

دقق الملف من قبل
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان
التوقيع: 
المدرس المساعد
أسامة موسى فرحان
مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الأداء
التاريخ: 2023/ 9 / 17


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 المحلي والعالمي. والعمل على إيجاد 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. أهداف البرنامج

1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة إلى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً 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 إفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
9. أن نكون مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة
نظري	عملي		
الأولى	AEMM23_101	إدارة الأعمال 1	3
	AEMM23_102	إدارة التسويق 1	3
	AEMM23_103	إحصاء 1	2
	AEMM23_104	محاسبة مالية 1	2
	AEMM23_105	اقتصاد 1	2
	AEMM23_106	لغة العربية	2
	AEMM23_107	Headway (Beginner)	3
	AEMM23_108	إدارة الأعمال 2	3
	AEMM23_109	إدارة التسويق 2	3
	AEMM23_110	إحصاء 2	2
	AEMM23_111	محاسبة مالية 2	2
	AEMM23_112	اقتصاد 2	2
	AEMM23_113	اساسيات الحاسوب	2
	AEMM23_114	حقوق انسان وديمقراطية	2
الثانية	AEMM23_201	تسويق خدمات (1)	3

	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	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص. - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع. | <ul style="list-style-type: none"> - قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. |
|---|--|

المهارات

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري. | <ul style="list-style-type: none"> - امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت. |
| <ul style="list-style-type: none"> - التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة. | <ul style="list-style-type: none"> - ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. |

القيم

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. - خدمة المجتمع وتلبية متطلباته. | <ul style="list-style-type: none"> - التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية. |
| <ul style="list-style-type: none"> - النزاهة والشفافية. - الجودة. | <ul style="list-style-type: none"> - ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل. |

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

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

2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية
		عام	خاص		ملاك
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
م.د. فراس حسن رشيد سلمان		إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك
م.م. محمد حميد نايف حميد		إدارة أعمال			ملاك
م.م. موسى حمد محمد شبحان		إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك
م.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم		إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك
م.م. وسام مصطفى حسن سلمان		اللغة العربية	اللغة		ملاك

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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 المؤسسات الحكومية.

مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

[illegible]

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهلك		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)		

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

نموذج وصف المقرر

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

روح المعرفة لدى الطالب وجعله يبحث عن غوامض الكلم والفاظه الدقيقة.

10. بنية المقرر

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

11. تقييم المقرر

توزيع الدرجة من 100, مقسمة بواقع (70) على امتحان نهاية الكورس, و(30) درجة كسعي للطلاب 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

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

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

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

التوقيع:

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

التاريخ: 2024 / 1 / 28

التوقيع:

اسم رئيس القسم: ا.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 2024 / 1 / 28

دقق الملف من قبل :

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع:

مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

التاريخ: 2024 / 1 / 28

مصادقة السيد العميد

Program Skills Outline															
				Required program Learning outcomes											
Year/Level	Course Code	Course Name	Basic or optional	Knowledge				Skills				Ethics			
				A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4
1	AEMM23_107	Headway (Beginner)		-	-	-		-	-	-		-	-	-	

- 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.iq - 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	Lectures - discussions - Submit questions - A representative scene -Showing a movie in simplified English - How to present the material and discuss it – 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 Outcomes	Unit or subject name	Learning method	Evaluation method
1.	2	Achieving cognitive and skills goals	Unit 1/ Introduction Hello, 2 1 Vocabulary, Everyday English	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
2.	2	Achieving cognitive and skills goals	Unit 2 /Your World Countries, 2 2 Listening, Questions, Adjectives	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
3.	2	Achieving cognitive and skills goals	Reading, Listening, Everyday 2 3 English, Don't forget	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
4.	2	Achieving cognitive and skills goals	Unit 3/ All about you 2 4 Jobs, Questions and Negatives, Negatives and Questions, Listening Questions, Listening	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
5.		Exam			

6.	2	Achieving cognitive and skills goals	Unit 4 / Family and Friends 2 5 Possessives, Vocabulary, has/ have, Listening	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
7.	2	Achieving cognitive and skills goals	Reading, Pronunciation, 2 6 Everyday English	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
8.	2	Achieving cognitive and skills goals	Unit 5 / The way I Live, 2 8 Sports / food/ drink, Things I like, Present simple	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
9.	2	Achieving cognitive and skills goals	Listening, Vocabulary, Everyday 2 9 English, Don't forgets	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
10.		Exam			
11.	2	Achieving cognitive and skills goals	Unit 6 / Every Day 2 10 The Time, Present Simple- he/ she/ it Do/ does/ am/ is/ are	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
12.	2	Achieving cognitive and skills goals	Unit 7 / My Favorites 2 12 Question (Why? Because)	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
13.	2	Achieving cognitive and skills goals	Present Continuous Tense	discussions A representative scene	Feedback and answering questions

14.	2	Achieving cognitive and skills goals	Present Perfect Tense	discussions A representative scene	Feedback and answering questions
15.		Final Exam			

11. Course Evaluation					
Distributing the score out of 100 according to the tasks assigned to the student such as daily preparation, daily oral, monthly, or written exams, reportsetc					
12. Learning and Teaching Resources					
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			learnenglish.britishcouncil.org/english-grammar-reference/present-simple www.englishpage.com/verbpage/presentcontinuous.html		

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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 : 2024/ 1 / 28

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

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

التاريخ : 2024 / 1 / 28

التوقيع:

اسم رئيس القسم : ا.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ : 2024/ 1 / 28

دقق الملف من قبل :

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع:
المدرس المساعد
خلدون عبد الله خلف
مدير شعبة ضمان الجودة
التاريخ : 2024/ 1 / 28

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 المحلي 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 الضرورية استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً 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 مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم ادارة التسويق

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

	3	تسويق 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	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

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

2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية
		عام	خاص		ملاك
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
م.د. فراس حسن رشيد سلمان		إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك
م. سعد عجاج خلف جميل		إدارة أعمال	تسويق		ملاك
م.م. محمد حميد نايف حميد		إدارة أعمال			ملاك
م.م. موسى حمد محمد شيحان		إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك
م.م. احمد حميد عيسى جاسم		إدارة أعمال			ملاك
م.م. مروان حسين عبد فرحان		إدارة أعمال			ملاك
م.م. حنان محمد ابراهيم جاسم		إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك

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 والفعالة، 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 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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																
القيم					المهارات				المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
4ج	3ج	2ج	1ج	4ب	3ب	2ب	1ب	4أ	3أ	2أ	1أ					
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		السنة الاولى	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقراطية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		السنة الثانية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Power Point Word &			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التوزيع			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة العالمية التجارية والمكانة الذهنية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المبيعات			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (elementary)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Excel			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي			

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		السنة الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)		

*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	
حضور داخل القاعة مع استخدام برنامج Classroom لتبليغات الطلبة باوقات الامتحانات وتنزيل درجات الامتحانات الشهرية ودرجات السعي السنوي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
عدد الساعات 45 / عدد الوحدات 3	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
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 مزاولة اعمالهم الادارية.	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
-لقاء المحاضرات الحضورية والالكترونية -اجراء المناقشات الحوارية مع الطلبة -الاسئلة الشفوية للطلبة -التعليم المدمج (كلاس روم)	الاستراتيجية
10. بنية المقرر	

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
الاول	3 ساعة	المعرفة النظرية	- الرقابة - الرقابة وغاياتها - أنواع الرقابة - الأدوات الرقابية	محاضرة / مناقشات	مشاركة وكوز
الثاني	3 ساعة	المعرفة النظرية	- اتخاذ القرارات ودور تكنولوجيا المعلومات - مفهوم القرار وانواعه - المشاركة في صنع القرار	محاضرة / مناقشات	اسئلة ومشاركة
الثالث	3 ساعة	المعرفة النظرية	- القيادة - نظريات القيادة - الاتجاهات الحديثة في القيادة	محاضرة / مناقشات	الاسئلة الشفوية
الرابع	3 ساعة	المعرفة النظرية	- اساسيات التنظيم - أنواع الهياكل التنظيمية - قضايا التنظيم	محاضرة / مناقشات	مشاركة وكوز
الخامس	3 ساعة	المعرفة النظرية	انواع البيئات الداخلية والخارجية المحيطة بالمنظمات	محاضرة / مناقشات	مشاركة وكوز
السادس	3 ساعة	-	امتحان شهر ثاني	-	-
السابع	3 ساعة	المعرفة النظرية	المنظمات الملزمة بخدمة الزبائن	محاضرة / مناقشات	الاسئلة الشفوية
الثامن	3 ساعة	المعرفة النظرية	ادارة الجودة والتحسين المستمر	محاضرة / مناقشات	اسئلة ومشاركة
التاسع	3 ساعة	المعرفة النظرية	التخطيط وصياغة الاهداف	محاضرة / مناقشات	الاسئلة الشفوية
العاشر	3 ساعة	المعرفة النظرية	نظام التخطيط ونظمه الفرعية	محاضرة / مناقشات	مشاركة وكوز
الحادي عشر	3 ساعة	المعرفة النظرية	خصائص المجتمعات المتطورة إداريا التحديات المعاصرة في عالمنا اليوم	محاضرة / مناقشات	اسئلة ومشاركة
الثاني عشر	3 ساعة	المعرفة النظرية	الإدارة بين الماضي والحاضر المدرسة الكلاسيكية المدرسة السلوكية المدرسة الكمية	محاضرة / مناقشات	الاسئلة الشفوية
الثالث عشر	3 ساعة	المعرفة النظرية	المدارس الحديثة الاتجاهات المعاصرة والمستقبلية اخلاقيات الاعمال	محاضرة / مناقشات	مشاركة وكوز
الرابع عشر	3 ساعة	المعرفة النظرية	العولمة والاعمال الدولية الريادة والابداع والاعمال الصغيرة	محاضرة / مناقشات	مشاركة وكوز
الخامس عشر	3 ساعة	-	امتحان شهر ثالث	-	-

11. تقييم المقرر

من المقررات الأساسية والمهمة للقسم ويساعد في تطوير الاقتصاد الصناعي للبلد

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	كتاب مبادئ الإدارة
المراجع الرئيسية (المصادر)	كتب متخصصة في علم الإدارة

الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية, التقارير)	مجموعة من البحوث الادارية المتخصصة في مجال ادارة الاعمال.
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنت	مجموعة من المواقع والمنتديات الالكترونية

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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 : 2024/ 1 / 28

تاريخ ملء الملف :

التوقيع:

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

التاريخ : 2024 / 1 / 28

التوقيع:

اسم رئيس القسم : ا.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ : 2024/ 1 / 28

دقق الملف من قبل :

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع:
المدرس المساعد
خلدون عبد الله خلف
مدير شعبة ضمان الجودة
التاريخ : 2024/ 1 / 28

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 المحلي والعالمي. والعمل على إيجاد 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. أهداف البرنامج

1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة إلى التطبيقات التسويقية الضرورية استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً 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 إفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
9. أن نكون مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة
نظري	عملي		
الأولى	AEMM23_101	إدارة الأعمال 1	3
	AEMM23_102	إدارة التسويق 1	3
	AEMM23_103	إحصاء 1	2
	AEMM23_104	محاسبة مالية 1	2
	AEMM23_105	اقتصاد 1	2
	AEMM23_106	لغة العربية	2
	AEMM23_107	Headway (Beginner)	3
	AEMM23_108	إدارة الأعمال 2	3
	AEMM23_109	إدارة التسويق 2	3
	AEMM23_110	إحصاء 2	2
	AEMM23_111	محاسبة مالية 2	2
	AEMM23_112	اقتصاد 2	2
	AEMM23_113	اساسيات الحاسوب	2
	AEMM23_114	حقوق انسان وديمقراطية	2
الثانية	AEMM23_201	تسويق خدمات (1)	3

	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	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك مستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص. - نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع. | <ul style="list-style-type: none"> - قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق. |
|---|--|

المهارات

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة. - خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري. | <ul style="list-style-type: none"> - امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت. |
| <ul style="list-style-type: none"> - التواصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة. | <ul style="list-style-type: none"> - ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. |

القيم

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. - خدمة المجتمع وتلبية متطلباته. | <ul style="list-style-type: none"> - التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية. |
| <ul style="list-style-type: none"> - النزاهة والشفافية. - الجودة. | <ul style="list-style-type: none"> - ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل. |

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

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

2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية
		عام	خاص		ملاك محاضر
أ.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
م.د. فراس حسن رشيد سلمان		إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك
م.م. محمد حميد نايف حميد		إدارة أعمال			ملاك
م.م. موسى حمد محمد شبحان		إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك
م.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم		إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك

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.

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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 وسفريات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

[illegible]

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهلك		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)		

*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	
حضورى 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 (إذا أكثر من اسم يذكر)	
م. سعد عجاج خلف الايميل: Sajaj95@tu.edu.iq م.م. أحمد حميد عيسى الايميل: Ahmed.H.24@tu.edu.iq	
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. 3. اشاعة المعرفة من خلال التعاون مع الاقسام المناظرة و الندوات والمؤتمرات	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
1. توسيع مفهوم الطلبة حول موضوع التسويق. 2. تعزيز التفكير لدى الطلبة بأهمية التسويق في حياتهم. 3. اكساب الطلبة مهارات التي تمكنهم تحديث المعلومات لد	الاستراتيجية

10. بنية المقرر

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

11. تقييم المقرر

تكون الدرجة من 100 درجة 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 الرئيسية (المصادر)	كتاب الدكتور ثامر ياسر البكري في (مبادئ ادارة

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

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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: 2024/1/28

التوقيع:

اسم معاون العلمي: د.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 2024 / 1 / 28

التوقيع:

اسم رئيس القسم: د.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 2024/ 1 / 28

دقق الملف من قبل :

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع:

المدرس المساعد
خلدون عبدالله خلف
مدير شعبة ضمان الجودة
2024/ 1 / 28

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 المحلي 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 مثالا 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

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

	3	تسويق 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	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 والأخلاقية 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة 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
م.د. فراس حسن رشيد 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.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية			ملاك

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 تطوري 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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 المستويات العالمية.
- 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
- 6- إقامة زيارات ميدانية وسفريات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

[illegible]

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة الثالثة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)			

*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 (إذا أكثر من اسم يذكر):	
الاسم: م.د ثائر جاسم محمد	
8. اهداف المقرر	
1- هدف هذا المقرر يتمثل في تزويد الطلبة بنظرة شاملة حول المفاهيم الأساسية في مجال الإحصاء التي يتعين على الطلبة اكتسابها. 2- يهدف المقرر أيضاً 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. 4- استيعاب المفاهيم الرياضية 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	اهداف المادة الدراسية
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

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	تعريف الطالب بماهية مقاييس الالتواء ومقاييس التفلطح وماهي العزوم وتطبيقها باستخدام نظام الـ spss	مقاييس الالتواء ومقاييس التفلطح	نظرية وامثلة عملية	متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)
2	3	اكتساب الطلبة مفاهيم عامه عن نظرية الاحتمال وما هو الاحتمال والتحليل التوافقي والاحتمال بطريقة الرسم	مبادئ نظرية الاحتمال	نظرية وامثلة عملية	متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)
3	3	اكتساب الطلبة معلومات عن ما هو المتغير العشوائي وما هي التوزيعات الاحتمالية المتقطعة والتوزيعات الاحتمالية المستمرة	التوزيع الاحتمالي	نظرية وامثلة عملية	متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)
4	3	اكتساب الطلبة معلومات عن ما هي التوزيعات الاحتمالية المتقطعة وتوزيع ذو الحدين والتوزيع الاحتمالي متعدد الحدود والتوزيع الهندسي والتوزيع البواسوني	التوزيعات الاحتمالية المتقطعة	نظرية وامثلة عملية	متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل
5	3	تعليم الطلبة معلومات عن ما هي التوزيعات الاحتمالية المستمرة وما هو المنحنى الطبيعي والعلاقة بين التوزيع الطبيعي وتوزيع ذو الحدين	التوزيعات الاحتمالية المستمرة او المتصلة	نظرية وامثلة عملية	متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)

متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	نظرية المعاينة	معرفة ما هي تصاميم العينات وتوزيع المعاينة للولوسط الحسابي وتوزيع المعاينة للفروق بين الأوساط الحسابية	3	6
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة وعمل امتحان سريع (كوز) على الاقل	نظرية وامثلة عملية	توزيع المعاينة للنسب	معرفة ما هي وتوزيع المعاينة للسب وتوزيع المعاينة للتباين	3	7
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	نظرية التقدير	إعطاء الطالب وإكسابه معلومات حول تقدير النقطة وتقدير الفترة	3	8
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	اختبار الفرضيات	اكساب الطلبة معلومات حول ما هي خطوات اختبار الفرضيات وتحديد توع توزيع المجتمع هل هو توزيع طبيعي ام توزيع ذو حدين واختبار المتوسطات واختبارات النسب	3	9
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	توزيع مربع كاي	اكساب الطلبة معلومات حول تقدير فترة تباين المجتمع واختبار تباين المجتمع واختبارات تتعلق بتساوي عدة تباينات	3	10
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	اختبار نسبة توزيع ذو الحدين	اكساب الطلبة معلومات حول اختبار نسبة توزيع ذو الحدين واختبار حول عدة نسب لتوزيعات ذو الحدين	3	11
متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	اختبار حسن الموافقة واختبار الاستقلالية بين متغيرين واختبار الاقتران	تعريف الطلبة واكسابهم معرفه حول اختبار حسن الموافقة واختبار الاستقلالية بين متغيرين واختبار الاقتران	3	12

متابعة الواجبات البيتية وصياغة ثلاثة اسئلة 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 اسئلة 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 اسئلة على الأقل وعمل امتحان سريع (كوز)	نظرية وامثلة عملية	تطبيقات الانظام الاحصائي 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 الأدنى للنجاح هو 50 درجة، وتتنوع درجة التقييم على سعي من 30 درجة و امتحان 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

كتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	كتاب الاحصاء, محمود حسن المشهداني وامير حنا هرمز, جامعة بغداد 1989. الإحصاء التطبيقي: أسلوب تحليلي باستخدام SPSS: 2013، الطبعة الأولى،
المراجع الرئيسية (المصادر)	احصاء المال والاعمال, كمال علوان خلف المشهداني, محمد نذير الشمري, 2012. , كتاب

المدخل الى الإحصاء : الدكتور خاشع محمود الراويسنة التأليف 2000 ، الطبعة الثانية،	
كتاب الاحصاء تاليف الدكتور احمد عبدالسميع طبية, 2008, ط 1, دار البداية, عمان.	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية, التقارير...)
المواقع التي تخص علم الحياء والبرامج الاحصائية https://www.Statistics.com	المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنت

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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 معاون العلمي : د.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 28 / 1 / 2024

التوقيع:

اسم رئيس القسم : د.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 عبد الله خلف

التوقيع: المدرس المساعد

خلدون عبد الله خلف

مدير شعبة ضمان الجودة

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 المحلي 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 مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

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

	3	تسويق 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	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العالمة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.
2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة 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	
م.د. فراس حسن رشيد 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.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك	

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 تطوري 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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 المستويات العالمية.
- 5- إقامة برامج تدريبية لتنمية قدرات الطلبة في المجالات التقنية وتكنولوجيا المعلومات.
- 6- إقامة زيارات ميدانية وسفرات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

[illegible]

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		السنة الثالثة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)			

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

نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر/	
المحاسبة المالية 2	
2. رمز المقرر /	
AEMM23_104	
3. الفصل / السنة	
الكورس الثاني / المرحلة الأولى	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
2024\1\28	
5. أشكال الحضور المتاحة	
الحضوري للطلبة	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
45 ساعة ل 3 وحدات بالأسبوع	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
أ.م. آفاق ذنون إبراهيم	
الايمل: afaalbadri@tu.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
1-معرفة كيفية حساب الخصومات التجارية والحصول 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	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
1-إدارة المحاضرة على نحو تطبيقي مرتبط بواقع الحياة 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	الاستراتيجية

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
الاول	3	معرفة ماهي الأوراق التجارية وكيفية التعامل بها في حالة الشراء	المحاسبة عن الأوراق التجارية (أوراق القبض)	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثاني	3	معرفة ماهي الأوراق التجارية وكيفية التعامل بها في حالة البيع	المحاسبة عن الأوراق التجارية (أوراق الدفع)	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثالث	3	معرفة ماهي الأصول غير المتداولة وطرق شرائها	المحاسبة عن الأصول غير المتداولة - كلف اكتساب ومصروفات الشراء	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الرابع	3	معرفة طرق بيع الأصول غير المتداولة وماهي طرق استبدالها	بيع الأصول غير المتداولة واستبدالها	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الخامس	3	معرفة طرق احتساب الاندثار للأصول المتداولة	المحاسبة عن اندثار الأصول غير المتداولة	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
السادس	3	معرفة تسوية المصاريف	المحاسبة عن المصروفات المدفوعة مقدماً والمستحقة	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
السابع	3	معرفة تسوية الإيرادات	المحاسبة عن الإيرادات المستلمة مقدماً والمستحقة	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثامن	3	معرفة تصحيح الأخطاء المحاسبية	الأخطاء المحاسبية وانواعها واساليبها	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
التاسع	3	معرفة طرق تصحيح القيود في السجلات المحاسبية	طرف معالجة الأخطاء المحاسبية وتصحيحها	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
العاشر	3	معرفة اعداد ميزان المراجعة بالأرصدة والمجاميع	ميزان المراجعة	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الحادي عشر	3	معرفة مداخل اعداد قوائم الحسابات الخ	الحسابات الختامية، الكشوفات المالية	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثاني عشر	3	معرفة كيفية اعداد حساب المتاجرة واء بصورة قائمة وكشف	حساب المتاجرة	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الثالث عشر	3	معرفة كيفية اعداد حساب الأرباح والخ واعداده بصورة قائمة وكشف كشف او قائمة	حساب الأرباح والخسائر	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الرابع عشر	3	معرفة اعداد وتنظيم قائمة الدخل ، كشف الدخل	قائمة الدخل	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات الشفوية، والتحريرية
الخامس عشر	3	معرفة اعداد وتنظيم قائمة المركز المالي	قائمة المركز المالي	محاضرة	التحضير اليومي، الاختبارات 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

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

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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 : 2024/ 1 / 28

تاريخ ملء الملف :

التوقيع :

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

التاريخ : 2024 / 1 / 28

التوقيع :

اسم رئيس القسم : ا.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ : 2024/ 1 / 28

دقق الملف من قبل :

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع :

المدرس المساعد

خلدون عبد الله خلف

مدير شعبة ضمان الجودة

التاريخ : 2024/ 1 / 28

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 المحلي والعالمي. والعمل على إيجاد 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. أهداف البرنامج

1. مواكبة التطور العلمي في تهيئة متطلبات الدراسة في القسم.
2. العمل على توفير المعرفة بالمفاهيم التسويقية، والأدوات التسويقية بالإضافة إلى التطبيقات التسويقية الضروري استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً 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 إفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملأهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
9. أن نكون مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم الإدارة العامة

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

	3	تسويق 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	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل

المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.

2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.

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

الرتبة العلمية	التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية	
	عام	خاص		ملاك	محاضر
أ.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	
م.د. فراس حسن رشيد سلمان	إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك	
م.م. محمد حميد نايف حميد	إدارة أعمال			ملاك	
م.م. موسى حمد محمد شبحان	إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك	
م.م. احمد حميد عيسى 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 ابراهيم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك	

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 والفعالة، 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 المجالات 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 وسفريات علمية للطلبة الى المؤسسات الحكومية.

مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

[illegible]

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سلوك مستهلك		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ادارة علاقات الزبائن		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Headway (intermediate)		

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

نموذج وصف المقرر

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	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
3 ساعات اسبوعيا (45 ساعة / عدد الوحدات (3)	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
م.د. علاء عبدالجبار حسين	
8. اهداف المقرر	
• حل المشاكل بالطرق الحديثة المستخدمة في التطوير الإداري 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 منطقية وعلمية. • توظيف الاقتصاد في علم الإدارة والتشباك بينهما وتمكين المتلقي إمكانية حل المشاكل التي تواجه المجتمع. • الالمام بالآثار الإيجابية لعلم الاقتصاد في تطوير مفاصل الحياة.	اهداف المادة الدراسية
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 يحلوا البيانات، ويستجوا النتائج، ويتعلموا كيفية اتخاذ القرارات الإدارية الملائمة . 3. التعلم التعاوني للطلاب بالعمل معاً في مجموعات صغيرة لحل مسائل	الاستراتيجية

اقتصادية وإدارية.	
4. التدريب القائم على المشروع الطلابي والمشاركة في مشاريع تطبيقية تتطلب فهم مسائل اقتصادية لها علاقة مباشرة بعلم الإدارة.	
5. 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

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
الأول	3	فهم المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالإيرادات وأنواعها والمعادلات الرياضية الخاصة بها وطرق احتسابها	الإيرادات	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
الثاني	3	التعرف على مفهوم السوق ووظائفه وأنواعه	الاسواق وتحديد الاسعار	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
الثالث	3	التعرف على طبيعة سوق المنافسة الكاملة وشروطه ومنحنيات الطلب والتوازن في ظل المنافسة التامة وعلى مستوى المشروع والصناعة	سوق المنافسة الكاملة	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
الرابع	3	التعرف على سوق الاحتكار من حيث المفهوم ومميزات ومصادر الاحتكار وتوازن المحتكر	سوق الاحتكار	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
الخامس	3	التعرف على طبيعة هذا النوع من الاسواق وكيفية الوصول الى حالة التوازن فيها	سوق المنافسة الاحتكارية	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
السادس	3	التعرف على طبيعة ومضمون سوق احتكار القلة ومميزاتها	سوق احتكار القلة	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
السابع	3	التعرف على الدخل القومي والنتائج المحلي الاجمالي وطرق احتسابها وكذلك العوامل المؤثرة وكذلك الدخل القومي النقدي والحقيقي والنتائج القومي	الدخل القومي	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
الثامن	3	التعرف على محددات الدخل القومي والاستخدام والاستهلاك والادخار والاستثمار ومحدداته وطريقة توازن الدخل	محددات الدخل القومي	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
التاسع	3	التعرف على الاجور ومنها الحقيقية والنقدية ونظريات الاجور ونظريات الفائدة	توزيع الدخل القومي	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة الواجبات والتكليفات
العاشر	3	التعرف على السيولة ودوافع الاحتفاظ بالنقد ودراصة الربح وأنواعه ونظرياته	نظريات السيولة والربح	نظري	الامتحانات اليومية والاسبوعية والشهرية والنشاط اليومي ومتابعة 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 اسابيع الكورس الاول	3	الخامس عشر

11. تقييم المقرر

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة	مبادئ علم الاقتصاد/الدكتور كريم مهدي الحسناوي/جامعة بغداد
المراجع الرئيسية	مبادئ الاقتصاد – آ.د. علاء شفيق الراوي عدد من الكتب المنهجية الأخرى في علم الاقتصاد
الكتب والمراجع الساندة	عدد من المجلات المتخصصة بالاقتصاد والرسائل والاطاريح الجامعية ذات الصلة
المراجع الإلكترونية, مواقع الانترنت	Website

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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 : 2024/ 1 / 28

تاريخ ملء الملف:

التوقيع:

اسم معاون العلمي: د.م.د. أشرف هاشم فارس

التاريخ: 2024 / 1 / 28

التوقيع:

اسم رئيس القسم: د.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 2024/ 1 / 28

دقق الملف من قبل :

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع:

المدرس المساعد
خلدون عبدالله خلف
مدير شعبة ضمان الجودة

التاريخ: 2024/ 1 / 28

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 المحلي 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 الضرورية استخدامها في سوق العمل.
3. تأهيل الطلبة علمياً 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 مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم ادارة التسويق

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

	3	تسويق 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	Power Point التطبيقات المكتبية Word &	AEMM23_207	
	3	تسويق خدمات (2)	AEMM23_208	
	2	التوزيع	AEMM23_209	
	2	الترويج	AEMM23_210	
	2	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية	AEMM23_211	
	2	إدارة المبيعات	AEMM23_212	
	2	Headway (elementary)	AEMM23_213	
2	1	Excel التطبيقات المكتبية	AEMM23_214	
	3	التسويق العالمي	AEMM23_301	الثالثة
2	1	بحوث تسويق	AEMM23_302	
	2	سلوك المستهلك	AEMM23_303	
	2	إدارة المخاطر التسويقية	AEMM23_304	
	2	Headway (pre-intermediate)	AEMM23_305	
2	1	أساسيات الإنترنت	AEMM23_306	
	3	أنظمة معلومات تسويقية	AEMM23_307	
	2	إدارة المعرفة التسويقية	AEMM23_308	
	2	إدارة المنظمات التسويقية	AEMM23_309	
	2	إدارة الجودة التسويقية	AEMM23_310	
	2	إدارة التفاوض	AEMM23_311	
	2	التطبيقات الإحصائية في التسويق	AEMM23_312	
	2	مناهج البحث العلمي	AEMM23_313	
	3	إدارة 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 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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

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

2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل معاً في مجموعات صغيرة لحل المسائل المتعلقة بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة التدريسية
		عام	خاص		ملاك محاضر
أ.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
م.د. فراس حسن رشيد سلمان		إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك
م. سعد عجاج خلف جميل		إدارة أعمال	تسويق		ملاك
م.م. محمد حميد نايف حميد		إدارة أعمال			ملاك
م.م. موسى حمد محمد شيحان		إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك
م.م. احمد حميد عيسى جاسم		إدارة أعمال			ملاك
م.م. مروان حسين عبد فرحان		إدارة أعمال			ملاك
م.م. حنان محمد ابراهيم جاسم		إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك

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 والفعالة، 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 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات 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 وسفريات علمية للطلبة الى مؤسسات القطاع الخاص والعام.

مخطط مهارات البرنامج																
مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج																
القيم					المهارات				المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
4ج	3ج	2ج	1ج	4ب	3ب	2ب	1ب	4أ	3أ	2أ	1أ					
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 1		السنة الاولى	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 1			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		لغة العربية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (Beginner)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة الأعمال 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التسويق 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إحصاء 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		محاسبة مالية 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اقتصاد 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		اساسيات الحاسوب			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		حقوق انسان وديمقراطية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 1		السنة الثانية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إمدادات التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المنتج			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسعير			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الادارة الاستراتيجية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساليب كمية في التسويق			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Power Point Word &			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		تسويق خدمات 2			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التوزيع			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الترويج			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة العالمية التجارية والمكانة الذهنية			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المبيعات			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (elementary)			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Excel			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي			

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		السنة الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)		

*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 الفيديوات المتعلقة بالمادة المعطاة كما ويتم تزويد الطلبة بحزمة من التعليمات المتعلقة بالغياب والحضور والامتحان , فضلاً عن المختبر.	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
15/30	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم: م. شيرين اسماعيل خليل الأيمل: Shereenismael83@tu.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
1. تدريب الطالب وتنمية قدرته العلمية للاستفادة من الحاسب الالى. 2. اكساب الطالب القدرات العقلية والابداعية ومساعدته على التفكير المنطقي الاستقرائي والاستنباطي وتنمية قدراته في حل المعضلات. 3. تقوية عامل الرغبة نحو الحاسب الالى 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 أكثر حداثة في نظام التعليم للتخلص من الملل والروتين والنمطية بين الطلبة في المحتوى العلمي الصلب والمحاضرات والاستعانة بمجموعة من الفيديوهات الخاصة بالمحاضرة, وترك الوقت الكافي للطلاب للاستكشاف والمشاورة , ويكون دور التدريسي مرشد ومُعلق على استفسارات الطلاب. 5. تنمية جيل من التقنيين واعداد قيادات رقمية مستقبلية في تخصص تكنولوجيا المعلومات	1. تدريب الطالب وتنمية قدرته العلمية للاستفادة من الحاسب الالى. 2. اكساب الطالب القدرات العقلية والابداعية ومساعدته على التفكير المنطقي الاستقرائي والاستنباطي وتنمية قدراته في حل المعضلات. 3. تقوية عامل الرغبة نحو الحاسب الالى وتطبيقاته واكساب الميول الايجابية الهادفة نحو تقنية المعلومات.

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- 1- امتلاك خريج اداري وتقني يمتلك القدرة على التفكير الناقد بذاته وجل العضلات التي تواجهه فضلاً عن ادارة الوقت والمصادر في تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمفاهيم الخاصة بها بطرق علمية وتقنية والقيام بالتغييرات المناسبة.
- 2- القدرة على التحليل التقني والتسويقي والتفكير العلمي عن طريق تطبيق القوانين في العلوم التسويقية والتكنولوجية والالتزام بالإرشادات والتعليمات لأي فعالية في التنظيم الاداري والتنظيمي في تطبيق الاعمال او مواجهة العضلات 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- التمسك بأخلاقيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والقدرة على ابداء المهارة المهنية العالية , فضلاً عن الالتزام بالسلوك والمظهر الشخصي.
- 5- ان يكون عارفاً بالمعايير التسويقية والتقنية الدولية وتُخمين احتياجات السوق وتطبيق مفاهيم المواصفات العالمية في مجال الجودة في العمل ومُكسباً مهارات تقنية المعلومات والاتصالات.
- 6- ان يكون مُهتماً بتطبيق استراتيجيات التكنولوجيا الخضراء أي المحافظة على البيئة من التلوث من مُخلفات (كبح الاثار السلبية للمشاركة البشرية).

10. بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
الاول	2	التعرف على مكونات الحاسوب	التعرف الجذور التاريخية للحاسوب والدخول الى اهم الوظائف التي يقوم بها جهاز الحاسوب واعطاء اهمية خاصة في الغوص بمثلث المعالجة الالكترونية للبيانات.	نظري	مناقشة
الثاني	2	كوز			
الثالث	2	الانظمة العددية	التعرف على الانظمة العددية والية تحويلها من نظام الى نظام اخر	نظري / تطبيقي	مناقشة
الرابع	2	نظام التشغيل	التعرف على نظام التشغيل بشكل عام , والغوص بعمق في نظام التشغيل مايكرو سوفت ويندوز XP بعمق.	نظري / تطبيقي	مناقشة
الخامس	2	امتحان تحريري			امتحان تحريري
السادس	2	الانترنيت والشبكات	نمذة تاريخية عن الشبكة العنكبوتية واستخداماتها واهم انواع البرتوكولات , والتعرف على ماهية الشبكة وانواع الشبكات , وطرق توصيل الشبكات والتعرف على انواع	نظري / تطبيقي	مناقشة

		المواقع , والتعرف على اعداء الانترنت (المخترقين)			
السابع	2	البرمجة	التعرف على ماهية البرمجة واهم لغات البرمجة ومراحلها.	نظري / تطبيقي	مناقشة
الثامن	2	امتحان تحريري			امتحان تحريري
التاسع	2	الفيروسات وصيانة الحاسب الالى	تعريف الصيانة – طرق الصيانة العوامل المؤثرة على الحاسوب وتعرضه للتلف- تعريف الفايروسات وخصائصها وانواعها-واعراض الاصابة وطرق الحماية.	نظري / تطبيقي	مناقشة
العاشر	2	كوز	ماهي الفايروسات وكيف يمكنك معرفة ان جهاز الكمبيوتر مصاب بالفايروس وكيف يمكنك الوقاية منها.		
الحادي عشر	2	امتحان شفوي	ماهي الصيانة وكيف يمكنك معرفة ان جهاز الصيانة قد تعرض للتلف		
الثاني عشر	2	مناقشة تقارير	الحروب الالكترونية /الامن الاسيبراني ومواضيع اخرى متعلقة بالمادة مختارة من قبل الطالب.	نظري	مناقشة
الثالث عشر	2	امتحان شفوي		نظري	
الرابع عشر	2	استخدامات الحاسب الالى	التعليم – التجارة- الخ	نظري	مناقشة
الخامس عشر	2	امتحان تحريري		نظري وعملي	

11. تقييم المقرر

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

♦ (10) درجات امتحان الشهر الاول.

♦ (10) درجات امتحان الشهر الثاني.

♦ (5) درجات تقرير وواجبات بيئية.

♦ (5) درجات يومي وكوزات وامتحان الشفوي .

(70) درجة الامتحان النهائي.

12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	كتب الحاسوب بشكل عام , واساسيات الحاسوب والانترنت (زياد محمد عبود) بشكل خاص.
المراجع الرئيسة (المصادر)	جميع الكتب المتعلقة بمادة الحاسوب, واساسيات الحاسوب والانترنت (زياد محمد عبود) بشكل خاص.

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

نموذج وصف البرنامج الأكاديمي

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/ 9 / 17

تاريخ ملء الملف:



التوقيع:

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



التوقيع

اسم رئيس القسم: أ.م.د. فراس

فرحان جدي

التاريخ: 2023 / 9 / 17

التاريخ: 2023/ 9 / 17

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: أسامة موسى فرحان

المدرس المساعد
أسامة موسى فرحان
مدير شعبة ضمان الجودة وتقييم الأداء

التوقيع

2023/ 9 / 17

التاريخ:



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 المحلي 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 الضرورية 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 إفاد السوق بخريجين أصحاب كفاءة يملؤهم الدافع والإلهام في تطبيق المهارات والنشاطات التسويقية المختلفة.
8. تنمية وتطوير البحث العلمي داخل القسم.
9. أن نكون مثلاً 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

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

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

7. وصف البرنامج / منهاج قسم ادارة التسويق

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

2	1	اقتصاد 2	AEMM23_112	
2	1	اساسيات الحاسوب	AEMM23_113	
	2	حقوق انسان وديمقراطية	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 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	الثالثة
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	
	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	
	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 للتسويق	AEMM23_407	الرابعة
	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 القطاع العام والخاص.
- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.
- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.

المهارات

- تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.
- 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.

القيم

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

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة 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 بدراساتهم 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.
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

الرتبة العلمية		التخصص		المتطلبات/المهارات (ان وجدت)	اعداد الهيئة 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	
م.د. فراس حسن رشيد سلمان	إدارة أعمال	نظرية منظمة		ملاك	
م. سعد عجاج خلف جميل	إدارة أعمال	تسويق		ملاك	
م.م. محمد حميد نايف حميد	إدارة أعمال			ملاك	
م.م. موسى حمد محمد شبحان	إدارة أعمال	ريادة اعمال		ملاك	
م.م. احمد حميد عيسى جاسم	إدارة أعمال			ملاك	
م.م. مروان حسين عبد فرحان	إدارة أعمال			ملاك	
م.م. حنان محمد ابراهيم جاسم	إدارة أعمال	إدارة مالية		ملاك	

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 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 والفعالة، 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 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 الإلكتروني.
- 2- أوليات استحداث القسم.

14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تطوير المناهج الدراسية.

- | مخطط مهارات البرنامج | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|----|----|----|----|----------|----|----|---------|----|----|----|------------------------|--|---------------|-------------------|
| مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج | | | | | | | | | | | | | | | |
| القيم | | | | | المهارات | | | المعرفة | | | | اساسي
ام
اختياري | اسم المقرر | رمز
المقرر | السنة/
المستوى |
| 4ج | 3ج | 2ج | 1ج | 4ب | 3ب | 2ب | 1ب | 4أ | 3أ | 2أ | 1أ | | | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إدارة الأعمال 1 | | السنة
الاولى |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إدارة التسويق 1 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إحصاء 1 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | محاسبة مالية 1 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | اقتصاد 1 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | لغة العربية | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | Headway
(Beginner) | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إدارة الأعمال 2 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إدارة التسويق 2 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إحصاء 2 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | محاسبة مالية 2 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | اقتصاد 2 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | اساسيات الحاسوب | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | حقوق انسان وديمقراطية | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | تسويق خدمات 1 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إمدادات التسويق | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | المنتج | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | التسعير | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | الادارة
الاستراتيجية | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | أساليب كمية في
التسويق | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | التطبيقات
المكتبية
Power Point
Word & | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | تسويق خدمات 2 | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | التوزيع | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | الترويج | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ادارة العالمية
التجارية والمكانة
الذهنية | | |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | إدارة المبيعات | | |

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (elementary)		السنة الثالثة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات المكتبية Excel		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق العالمي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		بحوث تسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		سلوك مستهلك		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المخاطر التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (pre- intermediate)		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أساسيات الأنترنت		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		أنظمة معلومات تسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة المعرفة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة المنظمات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة الجودة التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		إدارة التفاوض		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التطبيقات الإحصائية في التسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		مناهج البحث العلمي		السنة الرابعة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		ادارة علاقات الزبائن		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 1		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		قواعد البيانات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الزراعي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الدوائي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الرياضي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للتسويق		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		دراسات تسويقية معاصرة 2		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		الاستراتيجيات التسويقية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق الإلكتروني		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		التسويق السياحي والفندقي		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		Headway (intermediate)		

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

نموذج وصف المقرر

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:	
حضور	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي):	
30 ساعة / وحدة 2	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم: سرمد محمد خلف حسين الأيمل: sarmad.m.khalaf@tu.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	• تعريف الطلاب بمفهوم حقوق الانسان في الحضارات القديمة • التعرف على حقوق الانسان في الشرائع والاديان السماوية • معرفة ماهي مصادر حقوق الانسان • معرفة ما هو مفهوم الديمقراطية وماهي اشكالها • تعريف الطلبة بأشكال النظام التمثيلي النيابي • التعرف على مفهوم الانتخاب وما هو تكيفه القانوني
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية	• محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها

- تشجيع التفكير للطلاب لمعرفة كيف تطورت حقوق الانسان عبر التاريخ
- تحفيز الطلاب من خلال المشاركات اليومية والامتحانات الدورية لغرض استيعاب المادة بشكل جيد
- توجيه الطلاب نحو التعلم الضروري لغرض معرفة ما هو الفرق بين مفهوم حقوق الانسان ومفهوم الديمقراطية
- استخدام أساليب تفاعلية مفيدة للطلاب

10. بنية المقرر

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

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

11. تقييم المقرر

الدرجة النهائية للتقييم من 100 درجة، والحد الأدنى للنجاح هو 50 درجة، وتوزع 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 الانترنت