

جامعة تكريت

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم إدارة التسويق

الوصف الأكاديمي

الدراسات الأولية / المرحلة الأولى

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ الاحصاء		Module Delivery
Module Type			<input checked="" type="checkbox"/> Theory
Module Code	Mm1203		<input type="checkbox"/> Lecture
ECTS Credits	2		<input type="checkbox"/> Lab
SWL (hr/sem)	30		<input type="checkbox"/> Tutorial
			<input checked="" type="checkbox"/> Practical
			<input type="checkbox"/> Seminar
Module Level	1	Semester of Delivery	2
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	ثائر جاسم محمد	e-mail	<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	أ.م.د.	Module Leader's Qualification	
Module Tutor	م.م. وضاح خضر احمد	e-mail	<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>
Peer Reviewer Name	اللجنة العلمية	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية	1/9/2025	Version Number	0.2

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<p>1- هدف هذا المقرر يتمثل في تزويد الطلبة بنظرة شاملة حول المفاهيم الأساسية في مجال الإحصاء التي يتعين على الطلبة اكتسابها.</p> <p>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.</p> <p>3- تحليل البيانات والمعلومات بأساليب إحصائية دقيقة.</p> <p>4- استيعاب المفاهيم الرياضية المجردة</p> <p>5- يسعى الطالب الى الاستنباط والاستنتاج لفهم قوانين الاسس الرياضية .</p> <p>6- يزيد من قدرة الطالب على التفكير الرياضي المنطقي</p> <p>7- يصبح الطالب قادر على حل الاسئلة التي تتعلق بالموضوع</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>1. تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص.</p> <p>2. نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.</p> <p>3. قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.</p> <p>4. تنمية ودعم روح الابداع والابتكار والقيادة.</p> <p>5. خلق بيئة مفتوحة للتبادل الثقافي والفكري.</p> <p>6. امتلاك خريجي قسم إدارة التسويق القدرة على التفكير وحل المشكلات وإدارة الوقت.</p> <p>7. التو ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها. اصل والتفاعل البناء مع أصحاب المصلحة</p> <p>8. ان تكون مخرجاتنا عارفة ومكتسبة للمهارات في كيفية انجاز المهام الموكلة اليها</p> <p>9. ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.</p> <p>10. خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.</p> <p>11. التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية.</p> <p>12. النزاهة والشفافية.</p> <p>13. الجودة.</p> <p>14. ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.</p>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>تعريف الإحصاء، وأهميته، والأساليب الإحصائية في البحث العلمي</p> <p>التقنيات المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها</p> <p>الهجوم العشوائي والهجوم المضاد</p> <p>التكرار: التكرار النسبي، والتكرار المزدوج، والتكرار التراكمي، والتكرار التنازلي</p> <p>الهجوم الهندسي</p> <p>مقاييس النزعة المركزية</p> <p>مقاييس النزعة المركزية</p> <p>الارتباط المطلق: المدى والانحراف المنهجي</p> <p>الانحراف المرن والتباين</p> <p>الاختلافات والنسبية: التباين ودرجة التباين</p> <p>معامل ارتباط بيرسون الصغير</p>

معامل ارتباط سبيرمان الرتبي  
الارتباط: الاتفاق الشرطي، والاتفاق المزدوج  
الحركة الخطية البسيطة  
الانحدار الخطي المتعدد

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

#### Strategies

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.

Student Workload (SWL)			
الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	102	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	1
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	150		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات اليومية	1hr/2	10% (10)	5+10	-10
	المهام الواجبات	1hr/2	10% (10)	3+12	-12
	المناقشات وفرق العمل	1hr/15	10% (10)	اثناء الفصل الدراسي	
	التقرير	1/1	10% (10)	13	
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	تعريف علم احصاء واهميته والطرق الاحصائية في البحث العلمي
Week 2	اساليب ووسائل جمع البيانات وتصنيف وتبويب البيانات
Week 3	المتغيرات العشوائية والعرض الجدولي للبيانات
Week 4	التوزيع التكراري النسبي والمزدوج والتكرار المتجمع الصاعد والتنازل
Week 5	العرض الهندسي للبيانات
Week 6	مقاييس النزعة المركزية
Week 7	مقاييس النزعة المركزية

Week 8	مقاييس التشتت المطلقة : المدى والانحراف المتوسط
Week 9	الانحراف المعياري والتباين
Week 10	مقاييس التشتت النسبية: معامل الاختلاف والدرجة المعيارية
Week 11	الارتباط البسيط بيرسون
Week 12	ارتباط الرتب سبيرمان
Week 13	ارتباط الصفات: معامل التوافق، معامل الاقتران
Week 14	الانحدار الخطي البسيط
Week 15	الانحدار الخطي المتعدد
Week 16	

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

### Learning and Teaching Resources

#### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	<p>كتاب الاحصاء، محمود حسن المشهداني واميرحنا هرمز، جامعة بغداد 1989.</p> <p>احصاء المال والاعمال، كمال علوان خلف المشهداني، محمد نذير الشمري، 2012. ، كتاب المدخل الى الإحصاء : الدكتور خاشع محمود الراوي سنة التأليف 2000 ، الطبعة الثانية،</p> <p>كتاب الاحصاء تأليف الدكتور احمد عبد السميع طيبة، 2008. ط 1،</p>	نعم

	دارالبداية، عمان. المواقع التي تخص علم الحياء والبرامج الاحصائية <a href="https://www.Statistics.com">https://www.Statistics.com</a>	
النصوص الموصى بها		لا
المواقع الإلكترونية		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F - Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب
ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التفاضل عن "فشل التميريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه				

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اساسيات إدارة اعمال		Module Delivery
Module Type	C		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MM-1201		
ECTS Credits	8		
SWL (hr/sem)	200		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	محمد حميد نايف	e-mail	<a href="mailto:Mohammed.2022@tu.edu.iq">Mohammed.2022@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	م.م انوار غازي نعمان	e-mail	<a href="mailto:anwar.g.noaman@tu.edu.iq">anwar.g.noaman@tu.edu.iq</a>
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents	
أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية	
Module Objectives أهداف المادة الدراسية	1. أن يتمكن الطالب من فهم الاطار النظري للعملية الادارية والتعرف على محتوياته بالتفصيل 2. أن يفهم أهمية دراسة الادارة في الحياة العملية 3. أن يتمكن الطالب من تطبيق أساليب القيادة والتحفيز وكيفية التعامل مع الرئيس والمرؤوس

	<p>4. أن يتمكن من القيام بعملية التخطيط ووضع الخطط المناسبة الأخرى</p> <p>5. أن يتعرف الطالب على كيفية اعداد الهيكل التنظيمي المناسب وتوزيع السلطات والمسؤوليات</p> <p>6. تمكن الطالب من تطبيق المفاهيم الخاصة بالإدارة لتساعده في اتخاذ قرارات رشيدة في مجال عمله</p> <p>7. أن يستطيع الطالب تشخيص المشاكل الخاصة بالأنشطة الإدارية وكيفية معالجتها</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b></p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>هام: اكتب على الأقل 6 مخرجات تعليمية، ومن الأفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. معرفة المفاهيم الأساسية لمبادئ الإدارة وعلاقتها بالعلوم الأخرى</li> <li>2. معرفة المفاهيم الأساسية لعملية التخطيط وأهميتها</li> <li>3. معرفة المفاهيم الأساسية لإعداد الخطة حسب مراحل التخطيط</li> <li>4. معرفة المفاهيم الأساسية لعملية اتخاذ القرار وأنواعه</li> <li>5. معرفة المفاهيم الأساسية للتنظيم وأهدافه وتقسيماته</li> <li>6. معرفة المفاهيم الأساسية معرفة المفاهيم الأساسية لتوزيع السلطات والمسؤوليات</li> <li>7. معرفة المفاهيم الأساسية للتوجيه والتي تشمل القيادة والتحفيز</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b></p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يبتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي</p> <p>1- الأسبوع الأول :-الفصل الأول ماهية الإدارة والمجالات التي تعمل بها ومؤشرات سوء الإدارة مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة</p> <p>2 - الأسبوع الثاني :- التحديات التي تواجه الإدارة وتعرف على علاقة الإدارة بالعلوم الأخرى مع امتحان يومي بمادة الفصل الأول بواقع 2 ساعة</p> <p>3- الأسبوع الثالث :- الفصل الثاني - المدارس الفكرية ( مراحل تطور الفكر الإداري ) مع طلب تقرير من الطلبة حول اهم رواد المدارس الفكرية بواقع 2 ساعة</p> <p>4- الأسبوع الرابع :- الفصل الثالث - مفهوم التخطيط وأهميته ومراحل عملية التخطيط لإعداد الخطة مع اختبار يومي بواقع 2 ساعة</p> <p>5- الأسبوع الخامس :- التعرف على المفاهيم الأساسية لعملية اتخاذ القرار ومرحل اتخاذ القرار وأنواعه مع حلقة نقاشية بواقع 2 ساعة</p> <p>6- الأسبوع السادس :- الفصل الرابع : مفهوم التنظيم وأهدافه وتقسيماته ومراحل التنظيم مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة</p> <p>7- الأسبوع السابع :- الهيكل التنظيمي والخريطة التنظيمية والدليل التنظيمي مع معرفة اسباب إعادة تشكيل الهيكل التنظيمي مع اختار يومي للفصل الرابع بواقع 2 ساعة</p> <p>8- الأسبوع الثامن :-الفصل الثامن (التوجيه ) ويشمل مفهوم السلطة والمسؤولية وقواعد تفويضها بواقع 2 ساعة</p> <p>9- الأسبوع التاسع : مفهوم القيادة والقائد والفرق بين القائد والمدير وإساليب القيادة وأهم النظريات في القيادة مع الطلب من الطلاب عمل تقرير حول اي من النظريات ممكن تطبيقها بواقع 2 ساعة</p> <p>10- الأسبوع العاشر : امتحان نصف الفصل (لمواد الفصول -الأول والثاني والثالث والرابع )</p> <p>11- الأسبوع الحادي عشر: الحفز وأهميته وأهدافه مع اختبار يومي لمادة الفصل الثامن بواقع 2 ساعة</p> <p>12- الأسبوع الثاني عشر : التعرف على اهم النظريات في الحفز مع عمل حلقة نقاشية لمعرفة الفرق بين النظريات وكيف يمكن تطبيقها بواقع 2 ساعة</p> <p>13- الأسبوع الثالث عشر : الفصل التاسع ( الرقابة ) مفهوم وأهمية وأهداف الرقابة وإساليبها بواقع 2 ساعة</p>

	<p>14- الاسبوع الرابع عشر : المراحل التي تمر بها الرقابة واهم التحديات التي تواجهها في الدول العربية مع اختبار يومي بمادة الفصل التاسع بواقع 2 ساعة</p> <p>15- الاسبوع الخامس عشر : امتحان فصلي</p>
--	---

<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>مان اهم الاستراتيجيات للتعلم والتعليم هي تشجيع مشاركة الطلاب من خلال المناقشات، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم. من خلال مواد الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تتضمن أخذ بعض الأنشطة التي تهم الطلاب ويمكن إيجاز أهم ما نصبو اليه من خلال النقاط الآتية :-</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. يمكن الطالب من معالجة المشكلات المتعلقة بالأنشطة الإدارية</li> <li>2. يمكن الطالب من تلبية جميع متطلبات سوق العمل</li> <li>3. يمكن الطالب من اتخاذ قرارات دقيقة وبالوقت المناسب</li> </ol>

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	3.2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	77	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	5.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>125</b>		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	الامتحانات اليومية	0.25 hr/5	10% (2)	2-4-7-11-14	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الفصل الاول</li> <li>- التخطيط واهميته ومراحله</li> <li>- الهيكل التنظيمي واسباب اعادة التنظيم</li> <li>- الفصل الثامن التوجيه</li> <li>- الفصل التاسع الرقابة مفهومها</li> </ul>

					واهميتها ومراحلها
	المهام الواجبات/عرض تقديمي	0.50 hr/2	10% (5)	1	ماهية الإدارة ومجالاتها ومؤشرات سوء الإدارة
	المشاريع/مناقشات	0.50 hr/2	10% (5)	6	التنظيم واهدافه وتقسيماته
	التقرير	0.50 hr/2	10% (5)	5 12	عملية اتخاذ القرار ومراحله نظريات الحفز
				3 9	اهم رواد المدارس الفكرية اهم نظريات القيادة واساليبها
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		(لمواد الفصول –الاول والثاني والثالث والرابع )
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	ماهية الادارة والمجالات التي تعمل بها ومؤشرات سوء الادارة
Week 2	التحديات التي تواجه الادارة وعلاقة الادارة بالعلوم الاخرى
Week 3	المدارس الفكرية ( مراحل تطور الفكر الاداري )
Week 4	مفهوم التخطيط واهميته ومراحل عملية التخطيط
Week 5	عملية اتخاذ القرار ومرحل اتخاذ القرار وانواعه
Week 6	التنظيم واهدافه وتقسيماته ومراحله
Week 7	الهيكل التنظيمي والخريطة التنظيمية والدليل التنظيمي و اسباب اعادة تشكيل الهيكل التنظيمي
Week 8	السلطة والمسؤولية وقواعد تفويضها
Week 9	مفهوم القيادة والقائد والفرق بين القائد والمدير واساليب القيادة واهم النظريات في القيادة
Week 10	امتحان نصف الفصل
Week 11	الحفز واهميته وأهدافه
Week 12	نظريات الحفز ( سلم ماسلو للحاجات

<b>Week 13</b>	مفهوم الرقابة وأهميتها وأهدافها
<b>Week 14</b>	مراحل الرقابة وأهم التحديات التي تواجهها في الدول العربية
<b>Week 15</b>	امتحان فصلي
<b>Week 16</b>	أسبوع تحضيري قبل الامتحان النهائي

<b>Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)</b> المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	المواد المغطاة
<b>Week 1</b>	
<b>Week 2</b>	
<b>Week 3</b>	
<b>Week 4</b>	
<b>Week 5</b>	
<b>Week 6</b>	
<b>Week 7</b>	

<b>Learning and Teaching Resources</b> مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	كتاب الادارة المعاصرة للدكتور يوسف الطائي واخرون	نعم
النصوص الموصى بها	كتاب مبادئ الادارة للدكتور خليل الشماخ	لا
المواقع الإلكترونية		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اللغة العربية Arabic Language		Module Delivery
Module Type	نظري		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	UOM205		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	إدارة التسويق	College	Administration and economics
Module Leader	وسام مصطفى حسن	e-mail	<a href="mailto:wissam.mustafa93@tu.edu.iq">wissam.mustafa93@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name		e-mail	
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ul style="list-style-type: none"><li>• التعرف على أهم الأخطاء التي تقع أثناء الكتابة عند طلبة المرحلة الأولى.</li><li>• تفاعل الطلاب مع المادة أثناء المحاضرة.</li><li>• توظيف اللغة وتمكين الطالب من حل أهم المشاكل التي تواجهه في حياته الدراسية والعملية.</li><li>• تنمية الفكر وجعله يدرك بطريقة ما بيان معاني الألفاظ .</li><li>• 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 .</li></ul>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1- القرآن الكريم (سورة الاسراء ويوسف)</li><li>2-المعرب والمبني في النحو العربي</li><li>3-الفعل الماضي</li><li>4-الفعل المضارع (الاعراب والبناء)</li><li>5-الجملة الاسمية ( المبتدأ والخبر )</li><li>6-الجملة الاسمية ( الافعال الناقصة )</li><li>7-الجملة الاسمية ( الاحرف المشبهة بالفعل)</li><li>8- كتابة العدد</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p>تحديد اللغة المحاسبية السليمة وبناء الجمل بصورة سليمة اللغة العربية هي إحدى المواد الدراسية التي يحتاج الأستاذ فيها إلى اتباع أكثر من طريقة تدريس حتى يزود الطالب بالمهارات الأساسية في اللغة وهي: الكتابة، والقراءة، والاستماع، والتحدث. من حيث سلامة اللغة في الاسبوع الاول والثاني يتم دراسة وحفظ مقطع من سورة الكهف والاسابيع الباقية نتناول النحو وحسب (الفية ابن مالك) في النحو ، نبدأ بالجملة الفعلية( الفعل الماضي المضارع الامر) ثم الجملة الاسمية( المبتدأ والخبر ، الاحرف المشبهة بالفعل الافعال الناقصة) ثم الاملاء وتوزع المادة على اسابيع الفصل وبحسب الاهمية :</p>

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

<b>Strategies</b>	<p>الهدف الرئيس الذي يتم اعتماده في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والبرامج التعليمية</p>
-------------------	---

التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تتضمن أخذ بعض أنشطة العينات التي تهم الطلاب.

### Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	30	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	17	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	1.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	50		

### Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات اليومية	1hr/4	10% (10)	2+5+7+10	1- حفظ مقطع من سورة الاسراء ويوسف 5- بناء الفعل الماضي 7- اعراب الفعل المضارع 10 كتابة العدد
	المهمات الواجبات	1hr/10	10% (10)	1+3+4+6+8 ++11+12+1 3+14	الدروس المستفادة من سورة الاسراء ويوسف - الفعل الماضي - الفعل المضارع - بناء الفعل المضارع - الفعل الامر - المبتدأ والخبر - الاحرف المشبهة بالفعل - الافعال الناقصة - كتابة العدد - التنقيط

	المشاريع/ المختبر		10% (10)		
	التقرير	1hr/1	10% (10)	15	
<b>Summative assessment</b>	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي النظري

Week	Material Covered
Week 1	القرآن الكريم
Week 2	الحديث النبوي
Week 3	الادب العربي
Week 4	النحو العربي/ نصب الفعل المضارع
Week 5	جزم الفعل المضارع
Week 6	مرفوعات الأسماء
Week 7	منصوبات الأسماء
Week 8	اختبار
Week 9	مجرورات الأسماء
Week 10	كتابة العدد
Week 11	اختبار
Week 12	الضاد والطاء
Week 13	المعاجم العربية
Week 14	معجمات الالفاظ والدلالة
Week 15	الاطاء اللغوية الشائعة
Week 16	الصرف/ من حيث التذكير والتأنيث والتجرد والزيادة والافراد والتثنية والجمع

## Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

## Learning and Teaching Resources

### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	1- تفسير القرآن ( عبد الله شبر ) 2- كتاب اللغة العربية للاقسام غير المختصة ل ( عبد الله فادر حسن أمين )	لا
النصوص الموصى بها	3- الفية ابن مالك في النحو 4- كتاب الاملاء الواضح	لا
المواقع الإلكترونية	<a href="https://www.twinkl.com/blog/arabic-grammar-nahw-arabi-egypt-middle-east-educational-resources">https://www.twinkl.com/blog/arabic-grammar-nahw-arabi-egypt-middle-east-educational-resources</a> <a href="https://www.googleadservices.com/">https://www.googleadservices.com/</a>	

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التميرية القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	تسويق الاقتصاديات الخضراء Green Economies Marketing	Module Delivery	
Module Type	C	<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	MAM-1204		
ECTS Credits	5		
SWL (hr/sem)	125		
Module Level	1		
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	حمد مهدي صالح	e-mail	hamad.m.saleh@tu.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	مدرس	Module Leader's Qualification	دكتوراه
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	م.م. معتر قحطان خلف	e-mail	muataz.q.khalaf@tu.edu.iq
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.</li> <li>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.</li> <li>3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.</li> <li>4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.</li> <li>5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.</li> <li>6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.</li> </ol> <p>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.</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>هام: اكتب على الأقل 6 مخرجات تعليمية، ومن الأفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص.</li> <li>2- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.</li> <li>3- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.</li> <li>4- ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.</li> <li>5- خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.</li> <li>6- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية.</li> <li>7- ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>يبتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- الاسبوع الاول :-الفصل الاول ماهية الادارة والمجالات التي تعمل بها ومؤشرات سوء الادارة مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة</li> <li>2 - الاسبوع الثاني :- التحديات التي تواجه الادارة واتعرف على علاقة الادارة بالعلوم الاخرى مع امتحان يومي بمادة الفصل الاول بواقع 2 ساعة</li> <li>3- الاسبوع الثالث :- الفصل الثاني - المدارس الفكرية ( مراحل تطور الفكر الاداري ) مع طلب تقرير من الطلبة حول اهم رواد المدارس الفكرية بواقع 2 ساعة</li> <li>4- الاسبوع الرابع :- الفصل الثالث - مفهوم التخطيط واهميته ومرحلة عملية التخطيط لإعداد الخطة مع اختبار يومي بواقع 2 ساعة</li> <li>5-الاسبوع الخامس :- التعرف على المفاهيم الاساسية لعملية اتخاذ القرار ومرحل اتخاذ القرار وانواعه مع حلقة نقاشية بواقع 2 ساعة</li> <li>6-الاسبوع السادس :- الفصل الرابع : مفهوم التنظيم واهدافه وتنظيماته ومرحلة التنظيم مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة</li> <li>7- الاسبوع السابع :- الهيكل التنظيمي والخريطة التنظيمية والدليل التنظيمي مع معرفة اسباب اعادة تشكيل الهيكل التنظيمي مع اختار يومي للفصل الرابع بواقع 2 ساعة</li> </ol>

	<p>8- الاسبوع الثامن :-الفصل الثامن (التوجيه ) ويشمل مفهوم السلطة والمسؤولية وقواعد تفويضها بواقع 2 ساعة</p> <p>9- الاسبوع التاسع : مفهوم القيادة والقائد والفرق بين القائد والمدير واساليب القيادة واهم النظريات في القيادة مع الطلب من الطلاب عمل تقرير حول اي من النظريات ممكن تطبيقها بواقع 2 ساعة</p> <p>10- الاسبوع العاشر : امتحان نصف الفصل (لمواد الفصول -الاول والثاني والثالث والرابع )</p> <p>11- الاسبوع الحادي عشر: الحفز واهميته واهدافه مع اختبار يومي لمادة الفصل الثامن بواقع 2 ساعة</p> <p>12- الاسبوع الثاني عشر : التعرف على اهم النظريات في الحفز مع عمل حلقة نقاشية لمعرفة الفرق بين النظريات وكيف يمكن تطبيقها بواقع 2 ساعة</p> <p>13- الاسبوع الثالث عشر : الفصل التاسع : (الرقابة ) مفهوم واهمية واهداف الرقابة واساليبها بواقع 2 ساعة</p> <p>14- الاسبوع الرابع عشر : المراحل التي تمر بها الرقابة واهم التحديات التي تواجهها في الدول العربية مع اختبار يومي بمادة الفصل التاسع بواقع 2 ساعة</p> <p>15- الاسبوع الخامس عشر : امتحان فصلي</p>
--	--

<b>Learning and Teaching Strategies</b> <b>استراتيجيات التعلم والتعليم</b>	
<b>Strategies</b>	<p>مان اهم الاستراتيجيات للتعلم والتعليم هي تشجيع مشاركة الطلاب من خلال المناقشات، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم. من خلال مواد الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تتضمن أخذ بعض الأنشطة التي تهتم الطلاب ويمكن ايجاز اهم ما نصبو اليه من خلال النقاط الآتية :-</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. يمكن الطالب من معالجة المشكلات المتعلقة بالأنشطة الادارية</li> <li>2. يمكن الطالب من تلبية جميع متطلبات سوق العمل</li> <li>3. يمكن الطالب من اتخاذ قرارات دقيقة وبالوقت المناسب</li> </ol>

<b>Student Workload (SWL)</b> <b>الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعا</b>			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	3.2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	77	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	5.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>125</b>		

## Module Evaluation

### تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات اليومية	0.25 hr/5	10% (2)	2-4-7-11-14	- الفصل الاول - التخطيط واهميته ومراحله - الهيكل التنظيمي واسباب اعادة التنظيم - الفصل الثامن التوجيه - الفصل التاسع الرقابة مفهومها واهميتها ومراحلها
	المهام الواجبات/عرض تقديمي	0.50 hr/2	10% (5)	1 6	ماهية الإدارة ومجالاتها ومؤشرات سوء الإدارة التنظيم واهدافه وتقسيماته
	المشاريع/مناقشات	0.50 hr/2	10% (5)	5 12	عملية اتخاذ القرار ومراحله نظريات الحفز
	التقرير	0.50 hr/2	10% (5)	3 9	اهم رواد المدارس الفكرية اهم نظريات القيادة واساليبها
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		(المواد الفصول -الاول والثاني والثالث والرابع )
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

## Delivery Plan (Weekly Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	ماهية الادارة والمجالات التي تعمل بها ومؤشرات سوء الادارة
Week 2	التحديات التي تواجه الادارة وعلاقة الادارة بالعلوم الاخرى
Week 3	المدارس الفكرية ( مراحل تطور الفكر الاداري )
Week 4	مفهوم التخطيط واهميته ومراحل عملية التخطيط
Week 5	عملية اتخاذ القرار ومرحل اتخاذ القرار وانواعه
Week 6	التنظيم واهدافه وتقسيماته ومراحله

<b>Week 7</b>	الهيكل التنظيمي والخريطة التنظيمية والدليل التنظيمي و اسباب اعادة تشكيل الهيكل التنظيمي
<b>Week 8</b>	السلطة والمسؤولية وقواعد تفويضها
<b>Week 9</b>	مفهوم القيادة والقائد والفرق بين القائد والمدير واساليب القيادة واهم النظريات في القيادة
<b>Week 10</b>	امتحان نصف الفصل
<b>Week 11</b>	الحفز واهميته واهدافه
<b>Week 12</b>	نظريات الحفز ( سلم ماسلو للحاجات)
<b>Week 13</b>	مفهوم الرقابة واهميتها واهدافها
<b>Week 14</b>	مراحل الرقابة واهم التحديات التي تواجهها في الدول العربية
<b>Week 15</b>	امتحان فصلي
<b>Week 16</b>	أسبوع تحضيري قبل الامتحان النهائي

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
<b>Week 1</b>	
<b>Week 2</b>	
<b>Week 3</b>	
<b>Week 4</b>	
<b>Week 5</b>	
<b>Week 6</b>	
<b>Week 7</b>	

### Learning and Teaching Resources

#### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	كتاب الادارة المعاصرة للدكتور يوسف الطائي واخرون	نعم
النصوص الموصى بها	كتاب مبادئ الادارة للدكتور خليل الشماع	لا
المواقع الإلكترونية		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التميرية القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اساسيات علم الحاسوب		Module Delivery
Module Type	B		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input checked="" type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	Uom-10031		
ECTS Credits	3		
SWL (hr/sem)	75		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	إدارة التسويق	College	كلية الإدارة والاقتصاد
Module Leader	إبراهيم فائق مشعل احمد غالب بديوي	e-mail	<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a> <a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• التعريف بالمفاهيم الأساسية لمهارات الحاسوب والاطلاع على تكنولوجيا المعلومات</li><li>• التدريب على مكونات الحاسوب</li><li>• التعرف على استخدام نظام التشغيل ويندوز 11</li><li>• التعرف على استخدام برنامج الورد 2016</li><li>• استخدام الحاسوب بالحياة اليومية</li><li>• توظيف مهارات الحاسوب في خدمة المستخدم</li></ul> <p>يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مختصراً إلى أهم خصائص برنامج الورد 2016 ونظام التشغيل ويندوز 11 وهذا يساعد الطالب ويفهمه كيفية استخدام الحاسوب في الحياة العملية والعلمية .</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. المهارات الأساسية في استخدام الحاسوب:<ul style="list-style-type: none"><li>- تشغيل وإطفاء الحاسوب بشكل صحيح.</li><li>- فهم مكونات الحاسوب المختلفة ووظائفها.</li></ul></li><li>2. استخدام أنظمة التشغيل:<ul style="list-style-type: none"><li>- القدرة على التنقل في نظام التشغيل (مثل Windows، macOS، أو Linux).</li><li>- إدارة الملفات والمجلدات: إنشاء، نسخ، نقل، وحذف الملفات والمجلدات.</li></ul></li><li>3. برامج الإنتاجية:<ul style="list-style-type: none"><li>- استخدام برامج معالجة النصوص (مثل Microsoft Word أو Google Docs).</li><li>- إنشاء وتعديل جداول البيانات (مثل Microsoft Excel أو Google Sheets).</li></ul></li><li>4. مهارات الإنترنت:<ul style="list-style-type: none"><li>- تصفح الويب واستخدام محركات البحث بفعالية.</li><li>- معرفة كيفية إعداد واستخدام البريد الإلكتروني.</li><li>- فهم أساسيات الأمان على الإنترنت وحماية البيانات الشخصية.</li></ul></li><li>5. المهارات التقنية المتقدمة:<ul style="list-style-type: none"><li>- فهم الأساسيات البرمجية (مثل مبادئ البرمجة الأساسية إذا كانت جزءاً من المنهج).</li><li>- معرفة كيفية تثبيت وإزالة البرامج والتطبيقات.</li><li>- القدرة على حل المشكلات التقنية الأساسية.</li></ul></li><li>6. العمل التعاوني عبر الإنترنت:<ul style="list-style-type: none"><li>- استخدام أدوات التعاون عبر الإنترنت مثل Google Drive أو Microsoft OneDrive.</li><li>- المشاركة في الاجتماعات والندوات عبر الإنترنت باستخدام أدوات مثل Zoom أو Microsoft Teams.</li></ul></li><li>7. الأخلاقيات الرقمية:<ul style="list-style-type: none"><li>- فهم القضايا الأخلاقية المتعلقة باستخدام التكنولوجيا.</li><li>- التوعية بحقوق الملكية الفكرية واحترامها.</li></ul></li></ol>

المحتوى الإرشادي لمادة مهارات الحاسوب يهدف إلى توفير إطار تعليمي شامل يساعد الطلاب على اكتساب المهارات الأساسية والمتقدمة في استخدام الحاسوب وتقنياته. يمكن تقسيم هذا المحتوى إلى عدة وحدات أو مواضيع رئيسية، تشمل:

1. مقدمة إلى الحاسوب:

- تعريف الحاسوب: ما هو الحاسوب، وتاريخ تطوره.
- أنواع الحواسيب: الحاسوب الشخصي، الحاسوب المحمول، الحاسوب اللوحي، الحواسيب الفائقة.
- مكونات الحاسوب: الأجهزة (Hardware) والبرمجيات (Software).

2. نظام التشغيل:

- مقدمة إلى أنظمة التشغيل: تعريف نظام التشغيل وأمثلة عليه (مثل Windows ، macOS ، Linux).
- التنقل في نظام التشغيل: بدء التشغيل، استخدام سطح المكتب، إدارة النوافذ.
- إدارة الملفات والمجلدات: إنشاء، نسخ، نقل، وحذف الملفات والمجلدات.

3. برامج الإنتاجية:

- معالجة النصوص: استخدام برامج مثل Microsoft Word أو Google Docs لإنشاء وتنسيق المستندات.
- جداول البيانات: استخدام برامج مثل Microsoft Excel أو Google Sheets لتنظيم البيانات وتحليلها.

4. الإنترنت والاتصالات:

- أساسيات الإنترنت: كيفية الاتصال بالإنترنت، استخدام متصفحات الويب، البحث الفعال عبر محركات البحث.
- البريد الإلكتروني: إنشاء وإدارة حساب بريد إلكتروني، إرسال واستقبال الرسائل.
- التواصل عبر الإنترنت: استخدام أدوات مثل Zoom ، Microsoft Teams ، و Google Meet.

5. البرمجة الأساسية:

- مقدمة إلى البرمجة: تعريف البرمجة وأهميتها.
- لغات البرمجة: نظرة عامة على لغات البرمجة الشائعة مثل Python ، JavaScript.
- كتابة الأكواد الأساسية: إنشاء برامج بسيطة وفهم المنطق البرمجي.

6. الأخلاقيات الرقمية:

- الأخلاقيات في استخدام التكنولوجيا: الاستخدام المسؤول للتكنولوجيا، حقوق الملكية الفكرية.
- التعامل مع المحتوى الرقمي: احترام حقوق الطبع والنشر، التعامل مع المحتوى غير اللائق.

## Indicative Contents

### المحتويات الإرشادية

	<p>7. الصيانة الأساسية للحاسوب:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- الصيانة الوقائية: تنظيف الأجهزة، تحديث البرمجيات.</li> <li>- حل المشكلات الأساسية: استكشاف الأخطاء وإصلاحها، إعادة تثبيت نظام التشغيل.</li> </ul>
--	--

<b>Learning and Teaching Strategies</b> <b>استراتيجيات التعلم والتعليم</b>	
<b>Strategies</b>	<p>تتضمن استراتيجيات التعليم والتعلم لمهارات الحاسوب عدة طرق ووسائل تهدف إلى تعزيز وتعميق فهم المتعلمين في هذا المجال. من هذه الاستراتيجيات الفعالة:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. التعلم القائم على المشاريع: استخدام مشاريع عملية لتطبيق المهارات المكتسبة، مما يساعد الطلاب على فهم كيفية استخدام البرمجيات والأدوات التقنية في سياقات حقيقية.</li> <li>2. التعلم التعاوني: تشجيع الطلاب على العمل في مجموعات لحل المشكلات، مما يعزز من مهارات التواصل والتعاون لديهم.</li> <li>3. التعليم المدمج: الجمع بين التعليم التقليدي (وجهاً لوجه) والتعلم الإلكتروني لضمان الحصول على تجربة تعليمية شاملة.</li> <li>4. التطبيق العملي والتمارين: توفير فرص للطلاب لتطبيق ما تعلموه من خلال تمارين تطبيقية، مما يساعد على ترسيخ المعلومات.</li> <li>5. استخدام الألعاب التعليمية: استخدام الألعاب والتطبيقات التفاعلية لزيادة التفاعل والتحفيز لدى المتعلمين.</li> <li>6. استراتيجيات التعلم الذاتي: تشجيع الطلاب على استكشاف الموارد التعليمية المتاحة عبر الإنترنت وتعلم المهارات بشكل مستقل.</li> <li>7. التقييم المستمر: استخدام وسائل تقييم متنوعة لمتابعة تقدم الطلاب وضمان فهمهم للمحتوى.</li> <li>8. التدريب العملي في المختبرات: توفير مختبرات حاسوبية مجهزة لتطبيق المهارات المكتسبة في بيئة مهنية.</li> </ol> <p>تساعد هذه الاستراتيجيات في جعل تعلم مهارات الحاسوب أكثر فعالية وتحفيزاً للمتعلمين.</p>

<b>Student Workload (SWL)</b> <b>الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعاً</b>			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعياً	3
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	27	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعياً	2

<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	<b>75</b>
---	-----------

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	الامتحانات اليومية	1hr/2	10% (5)	5,10	نظام ويندوز
	المهمات الواجبات	1hr/5	10% (2)	3,6,9,12,15	نظام ويندوز
	المشاريع/المختبر	1hr/2	10% (5)	8,14	تطبيقات ويندوز
	التقرير	1hr	10% (10)	15	all
<b>Summative assessment</b>	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)	7	نظام ويندوز
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)	16	all
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

<b>Delivery Plan (Weekly Syllabus)</b> المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	مكونات الحاسوب ، المقدمة
Week 2	مكونات الحاسوب
Week 3	نظام ويندوز 11 ، المقدمة
Week 4	واجهة نظام ويندوز 11 سطح المكتب والايقونات الأساسية
Week 5	نافذة الإعدادات لنظام ويندوز 11
Week 6	خلفية سطح المكتب وشاشة التوقف لنظام ويندوز 11
Week 7	الامتحان الأول للفصل الأول
Week 8	حذف البرامج او التطبيقات وتنصيبها
Week 9	حسابات المستخدمين
Week 10	الملفات والمجلدات
Week 11	مقدمة عن برنامج الورد 2016
Week 12	file قائمة ملف
Week 13	تبويب الصفحة الرئيسية وتبويب دراج
Week 14	تبويب تصميم وتبويب تخطيط

Week 15	الامتحان الثاني للفصل الأول
Week 16	أسبوع تحضيرى قبل الامتحان النهائي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	المواد المغطاة
Week 1	تطبيق عملي واجهة ويندوز 11
Week 2	تطبيق عملي تثبيت ويندوز
Week 3	تطبيق عملي التعامل مع حذف وتنصيب البرامج
Week 4	تطبيق عملي حسابات المستخدمين
Week 5	تطبيق عملي الملفات والمجلدات
Week 6	تطبيق عملي التعرف على برنامج وورد 2016
Week 7	تطبيق عملي قوائم الورد

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	محمد مالك , ابن بلال الزغبى	لا
النصوص الموصى بها	مقدمة في مهارات الحاسوب / تأليف محمد مالك وآخرون	لا
المواقع الإلكترونية		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F - Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	حقوق الانسان والديمقراطية	Human rights and democracy	
Module Type		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code			
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	Chapter One		
Module Level	1	Semester of Delivery	1
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	سرمد محمد خلف	e-mail	<a href="mailto:Sarmad.m.khalaf@tu.edu.iq">Sarmad.m.khalaf@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية	21/9/2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents	
أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية	
Module Objectives أهداف المادة الدراسية	1 بيان أهمية حقوق الانسان والديمقراطية. 2- التعرف على ماهية حقوق الانسان وانواعه والمصادر الدولية والوطنية بضمنها دستور جمهورية العراق 2005. 3- التعرف على التطور التاريخي لحقوق الانسان واهمية هذه الحقوق في الشريعة الاسلامية.

#### 4- التعرف على انواع الديمقراطية وتقييمها.6

5- تعريف الطالب بأهم مصادر جمع البيانات والمعلومات عن المادة العلمية الدراسية

<b>Module Learning Outcomes</b>  مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<p>هام: اكتب على الأقل 6 مخرجات تعليمية، ومن الأفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. معرفة المفاهيم الأساسية لحقوق الانسان</li><li>2. معرفة حقوق الانسان وفقاً للحضارات القديمة والديانات السماوية.</li><li>3. معرفة أنواع الحقوق ومنها حقوق المساواة بين الجنسين وحقوق الطفل</li><li>4. معرفة مصادر حقوق الانسان.</li><li>5. معرفة المبادئ الأساسية التي تتطلبها الديمقراطية</li><li>6. بيان مظاهر الديمقراطية.</li></ol>
<b>Indicative Contents</b>  المحتويات الإرشادية	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي بواقع ساعتين لكل أسبوع:</p> <p>الأسبوع الأول: مفهوم حقوق الانسان وأنواع الحقوق بواقع ساعتين</p> <p>الأسبوع الثاني: مفهوم حقوق الانسان في الحضارات القديمة وتطوره في الإسلام</p> <p>الأسبوع الثالث: مصادر حقوق الانسان ومنها : الإعلان العالمي لحقوق الانسان والعهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.</p> <p>الأسبوع الرابع: دستور جمهورية العراق.</p> <p>الأسبوع الخامس: الضمانات الدستورية والقضائية لحقوق الانسان مع اعداد تقرير عن الموضوع</p> <p>الأسبوع السادس: حقوق الطفل والمساواة بين الجنسين</p> <p>الأسبوع السابع: امتحان شهري</p> <p>الأسبوع الثامن: مفهوم الديمقراطية.</p> <p>الأسبوع التاسع: عناصر الديمقراطية .</p> <p>الأسبوع العاشر : صور الديمقراطية</p> <p>الأسبوع الحادي عشر: تقييم صور الديمقراطية</p> <p>الأسبوع الثاني عشر: صور الديمقراطية المطبقة في العراق.</p> <p>الأسبوع الثالث عشر: مظاهر الديمقراطية.</p> <p>الأسبوع الرابع عشر: مراجعة شاملة.</p> <p>الأسبوع الخامس عشر : امتحان شهري.</p>

### Learning and Teaching Strategies

#### استراتيجيات التعلم والتعليم

<b>Strategies</b>	<p>من اهم الاستراتيجيات للتعلم والتعليم هي تشجيع مشاركة الطلاب من خلال المناقشات، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم. من خلال مواد الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع الجرائم المرتكبة من النظام البعثي ويمكن ايجاز اهم ما نصبو اليه من خلال النقاط الآتية: -</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. ابعاد الطالب عن كل ما من شأنه المساس بحقوق الفرد</li><li>2. يمكن الطالب معرفة الأساليب الخاصة بحماية حقوق الانسان</li><li>3. يمكن الطالب من ممارسة النظام الديمقراطي في عملية تمثيل بعضهم لبعض.</li><li>4. معرفة الطلبة للضمانات الكفيلة للحفاظ على حقوق الانسان وممارسهم الدور</li></ol>
-------------------	--

**Student Workload (SWL)**

الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	3.2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	77	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	5.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	<b>125</b>		

**Module Evaluation**

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	الامتحانات اليومية	0.25 hr/5	10% (2)	2-4-7-11-14	- مفهوم حقوق الانسان - مفهوم حقوق الانسان في الحضارات القديمة وتطوره -دستور جمهورية العراق.
	المهام الواجبات/عرض تقديمي	0.50 hr/2	10% (5)	1 6	-مصادر حقوق الانسان ومنها : -الإعلان العالمي لحقوق الانسان - والعهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية
	المشاريع/مناقشات	0.50 hr/2	10% (5)	5 12	- الضمانات الدستورية والقضائية لحقوق الانسان -حقوق الطفل - المساواة بين الجنسين
	التقرير	0.50 hr/2	10% (5)	3 9	-عناصر الديمقراطية . - صور الديمقراطية - تقييم صور الديمقراطية
<b>Summative assessment</b>	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		اختبارات
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
<b>التقييم الإجمالي</b>			100% (100 Marks)		

## Delivery Plan (Weekly Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	مفهوم حقوق الانسان وأنواع الحقوق
Week 2	مفهوم حقوق الانسان في الحضارات القديمة وتطوره في الإسلام
Week 3	مصادر حقوق الانسان ومنها : الإعلان العالمي لحقوق الانسان والعهدين الدوليين للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
Week 4	دستور جمهورية العراق.
Week 5	الضمانات الدستورية والقضائية لحقوق الانسان مع اعداد تقرير عن الموضوع
Week 6	حقوق الطفل والمساواة بين الجنسين
Week 7	امتحان شهري
Week 8	مفهوم الديمقراطية.
Week 9	عناصر الديمقراطية .
Week 10	صور الديمقراطية
Week 11	تقييم صور الديمقراطية
Week 12	صور الديمقراطية المطبقة في العراق.
Week 13	مظاهر الديمقراطية.
Week 14	مراجعة شاملة.
Week 15	امتحان فصلي
Week 16	أسبوع تحضيري قبل الامتحان النهائي

## Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	

Week 7		
Learning and Teaching Resources مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	حقوق الانسان والطفل للدكتور ماهر صالح علاوي	نعم
النصوص الموصى بها	موقع المجلات العلمية الاكاديمية العراقية	لا
المواقع الإلكترونية	مراجعة المواقع العلمية من خلال الشبكة العنكبوتية	

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A – Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C – Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب
ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التميريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.				

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اساسيات المحاسبة Basic of Accounting	Module Delivery	
Module Type	B	<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input checked="" type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	BA1103		
ECTS Credits	6		
SWL (hr/sem)	150		
Module Level	UGx11 1	Semester of Delivery	1
Administering Department	TU. BA. B. Sc	College	
Module Leader	م. احسان فاضل محمد	e-mail	<a href="mailto:Ehsan.f.muhammad@tu.edu.iq">Ehsan.f.muhammad@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor	م. م. احمد غالب بديوي	e-mail	<a href="mailto:Ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">Ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>
Peer Reviewer Name	اللجنة العلمية	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<p>١. تعريف الطالب بالمحاسبة، وأنواعها، ودورها، ومبادئها، وفرضياتها. ٢. تمكين الطالب من تسجيل العمليات في دفتر اليومية (القيد المزدوج). ٣. تمكين الطالب من ترحيل القيود إلى دفتر الأستاذ وموازنة الحسابات. ٤. تعريف الطالب بإعداد ميزان المراجعة وتمكينه من القيام بذلك. ٥. تعريف الطالب بفهم عمليات رأس المال (تكوين رأس المال) وتمكينه من القيام بذلك. ٦. تعريف الطالب بفهم محاسبة المخزون وتمكينه من القيام بذلك.</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>هام: اكتب ستة مخرجات تعليمية على الأقل، ويفضل أن تساوي عدد أسابيع الدراسة. ١. سيفهم الطالب المحاسبة، وأنواعها، ومخطط الدورة المحاسبية، ومبادئها وفرضياتها. ٢. سيعرف الطالب كيفية تسجيل القيود في دفتر اليومية باستخدام نظام القيد المزدوج. ٣. سيتقن الطالب ترحيل القيود إلى دفتر الأستاذ واستخراج أرصدة الحسابات. ٤. سيتمكن الطالب من إعداد ميزان المراجعة متضمنًا المجاميع والأرصدة. ٥. سيفهم الطالب المحاسبة عن المعاملات الرأسمالية (تكوين رأس المال). ٦. سيتمكن الطالب من تعريف وتنفيذ المحاسبة عن البضائع أو المخزون.</p>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>الفصل الأول: مقدمة نظرية في المحاسبة المالية، ويتضمن: - أساسيات ومفاهيم المحاسبة (5 ساعات) - مبادئ/افتراضات المحاسبة (5 ساعات) الفصل الثاني: قيود اليومية، ويتضمن: - قيود اليومية (القيد المزدوج) (5 ساعات) - أمثلة محلولة على قيود المحاسبة. (5 ساعات) الفصل الثالث: يتناول هذا الفصل دفتر الأستاذ العام، ويتضمن ما يلي: - الترحيل إلى دفتر الأستاذ العام (5 ساعات) - أمثلة محلولة على الترحيل إلى دفتر الأستاذ العام وحساب الرصيد (5 ساعات) الفصل الرابع: يتناول هذا الفصل ميزان المراجعة - إعداد ميزان المراجعة مع المجاميع والأرصدة (5 ساعات) الفصل الخامس: المعاملات الرأسمالية - أمثلة محلولة على إعداد ميزان المراجعة (5 ساعات) - قيد الافتتاح، وزيادة رأس المال ونقصانه، ومسحوبات الموظفين (5 ساعات)</p>

- الإيرادات والنفقات الرأسمالية، والقروض وفوائدها (5 ساعات)
- الفصل السادس: المحاسبة عن البضائع، ويتضمن ما يلي:
- المحاسبة عن شراء وبيع البضائع (5 ساعات)
- المعالجات المحاسبية للخصومات التجارية والخصومات النقدية (5 ساعات)

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

#### Strategies

اكتب شيئاً من هذا القبيل: تتمثل الاستراتيجية الرئيسية المتبعة في تقديم هذه الوحدة في تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين والأمثلة، مع العمل في الوقت نفسه على تحسين مهارات التفكير النقدي لديهم وتوسيع نطاقها. وسيحقق ذلك من خلال برامج تعليمية وتفاعلية داخل الصف، ومن خلال إجراء تجارب بسيطة تتضمن أنشطة نموذجية تهم الطلاب.

## Student Workload (SWL)

### الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعاً

<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	63 ساعة	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعياً	3 ساعات
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	87 ساعة	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعياً	3 ساعات
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	ساعة 150		

## Module Evaluation

### تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات اليومية	1hr/2	10% (10)	5+10	5- الفصل الأول 10- العمليات الرأسمالية
	المهام الواجبات	1hr/2	10% (10)	3+12	3- سجل اليومية. 12- العمليات الرأسمالية

	المناقشات و فرق العمل	1hr/15	10% (10)	اثناء الفصل الدراسي	
	التقرير	1/1	10% (10)	13	
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	التطور التاريخي للمحاسبة
Week 2	تعريف المحاسبة، أهدافها، فروعها، وعلاقتها بالفروع الأخرى
Week 3	الإطار النظري للمحاسبة
Week 4	أمثلة على القيد المفرد واختبار قصير يومي
Week 5	أمثلة على القيد المزدوج واختبار قصير يومي
Week 6	الاختبار الشهري الأول
Week 7	التسجيل في دفتر اليومية (القيد المزدوج)
Week 8	الترحيل إلى دفتر الأستاذ: أمثلة محلولة للتسجيل والترحيل إلى دفتر الأستاذ
Week 9	موازنة وإعداد ميزان المراجعة: أمثلة محلولة لإعداد ميزان المراجعة مع الأرصدة والمجاميع
Week 10	المعاملات الرأسمالية: القيد الافتتاحي، زيادة رأس المال ونقصانه، مسحوبات المالك
Week 11	الاختبار الشهري الثاني
Week 12	المحاسبة عن القروض والفوائد: أمثلة محلولة للمصروفات الإيرادية والرأسمالية
Week 13	المحاسبة عن القروض والفوائد
Week 14	المحاسبة عن شراء وبيع البضائع: أمثلة محلولة
Week 15	المعالجات المحاسبية فيما يخص المرتجعات والمسموحات
Week 16	أمثلة محلولة للمعالجات المحاسبية للمرتجعات والمسموحات

### (Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	

Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

## Learning and Teaching Resources

### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required texts	أساسيات المعرفة المحاسبية - طلال الججاوي وآخرون	نعم
Recommended texts	مبادئ المحاسبة المالية - الحياي والقصيبي	كلا
Websites		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التفاضل عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ إدارة الاعمال		Module Delivery
Module Type	C		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MM-1101		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	175		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	محمد حميد نايف	e-mail	<a href="mailto:Mohammed.2022@tu.edu.iq">Mohammed.2022@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	م.م إبراهيم فائق مشعل	e-mail	<a href="mailto:Ibrahim.f.m@tu.edu.iq">Ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. أن يتمكن الطالب من فهم الأطار النظري للعملية الادارية والتعرف على محتوياته بالتفصيل</li><li>2. أن يفهم أهمية دراسة الادارة في الحياة العملية</li><li>3. أن يتمكن الطالب من تطبيق أساليب القيادة والتحفيز وكيفية التعامل مع الرئيس والمرؤوس</li><li>4. أن يتمكن من القيام بعملية التخطيط ووضع الخطط المناسبة الأخرى</li><li>5. أن يتعرف الطالب على كيفية اعداد الهيكل التنظيمي المناسب وتوزيع السلطات والمسؤوليات</li><li>6. تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم الخاصة بالإدارة لتساعده في اتخاذ قرارات رشيدة في مجال عمله</li><li>7. أن يستطيع الطالب تشخيص المشاكل الخاصة بالأنشطة الإدارية وكيفية معالجتها</li></ol>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<p>هام: اكتب على الأقل 6 مخرجات تعليمية، ومن الأفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. معرفة المفاهيم الاساسية لمبادئ الادارة وعلاقتها بالعلوم الاخرى</li><li>2. معرفة المفاهيم الاساسية لعملية التخطيط واهميتها</li><li>3. معرفة المفاهيم الاساسية لإعداد الخطة حسب مراحل التخطيط</li><li>4. معرفة المفاهيم الاساسية لعملية اتخاذ القرار وانواعه</li><li>5. معرفة المفاهيم الاساسية للتنظيم وأهدافه وتقسيماته</li><li>6. معرفة المفاهيم الاساسية معرفة المفاهيم الاساسية لتوزيع السلطات والمسؤوليات</li><li>7. معرفة المفاهيم الاساسية للتوجيه والتي تشمل القيادة والتحفيز</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1- الاسبوع الاول :-الفصل الاول ماهية الادارة والمجالات التي تعمل بها ومؤشرات سوء الادارة مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة</li><li>2 - الاسبوع الثاني :- التحديات التي تواجه الادارة واتعرف على علاقة الادارة بالعلوم الاخرى مع امتحان يومي بمادة الفصل الاول بواقع 2 ساعة</li><li>3- الاسبوع الثالث :- الفصل الثاني - المدارس الفكرية ( مراحل تطور الفكر الاداري ) مع طلب تقرير من الطلبة حول اهم رواد المدارس الفكرية بواقع 2 ساعة</li><li>4- الاسبوع الرابع :- الفصل الثالث - مفهوم التخطيط واهميته ومراحل عملية التخطيط لإعداد الخطة مع اختبار يومي بواقع 2 ساعة</li><li>5-الاسبوع الخامس :- التعرف على المفاهيم الاساسية لعملية اتخاذ القرار ومرحل اتخاذ القرار وانواعه مع حلقة نقاشية بواقع 2 ساعة</li><li>6- الاسبوع السادس :- الفصل الرابع : مفهوم التنظيم واهدافه وتقسيماته ومراحل التنظيم مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة</li><li>7- الاسبوع السابع :- الهيكل التنظيمي والخريطة التنظيمية والدليل التنظيمي مع معرفة اسباب اعادة تشكيل الهيكل التنظيمي مع اختار يومي للفصل الرابع بواقع 2 ساعة</li><li>8- الاسبوع الثامن :-الفصل الثامن ( التوجيه ) ويشمل مفهوم السلطة والمسؤولية وقواعد تفويضها بواقع 2 ساعة</li><li>9- الاسبوع التاسع : مفهوم القيادة والقائد والفرق بين القائد والمدير واساليب القيادة واهم النظريات في القيادة مع الطلب من الطلاب عمل تقرير حول اي من النظريات ممكن تطبيقها بواقع 2 ساعة</li><li>10- الاسبوع العاشر : امتحان نصف الفصل (لمواد الفصول -الاول والثاني والثالث والرابع )</li></ol>

	<p>11- الاسبوع الحادي عشر: الحفز واهميته واهدافه مع اختبار يومي لمادة الفصل الثامن بواقع 2 ساعة</p> <p>12- الاسبوع الثاني عشر: التعرف على اهم النظريات في الحفز مع عمل حلقة نقاشية لمعرفة الفرق بين النظريات وكيف يمكن تطبيقها بواقع 2 ساعة</p> <p>13- الاسبوع الثالث عشر: الفصل التاسع: (الرقابة) مفهوم واهمية واهداف الرقابة واساليبها بواقع 2 ساعة</p> <p>14- الاسبوع الرابع عشر: المراحل التي تمر بها الرقابة واهم التحديات التي تواجهها في الدول العربية مع اختبار يومي بمادة الفصل التاسع بواقع 2 ساعة</p> <p>15- الاسبوع الخامس عشر: امتحان فصلي</p>
--	---

<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>مان اهم الاستراتيجيات للتعلم والتعليم هي تشجيع مشاركة الطلاب من خلال المناقشات، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم. من خلال مواد الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تتضمن أخذ بعض الأنشطة التي تهم الطلاب ويمكن إيجاز اهم ما نصلو اليه من خلال النقاط الآتية :-</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. يمكن الطالب من معالجة المشكلات المتعلقة بالأنشطة الادارية</li> <li>2. يمكن الطالب من تلبية جميع متطلبات سوق العمل</li> <li>3. يمكن الطالب من اتخاذ قرارات دقيقة وبالوقت المناسب</li> </ol>

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	3.2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	127	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	8.4
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>175</b>		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative</b>	الامتحانات اليومية	0.25 hr/5	10% (2)	2-4-7-11-14	- الفصل الاول

assessment					- التخطيط واهميته ومراحله - الهيكل التنظيمي واسباب اعادة التنظيم - الفصل الثامن التوجيه - الفصل التاسع الرقابة مفهومها واهميتها ومراحلها
	المهام الواجبات/عرض تقديمي	0.50 hr/2	10% (5)	1 6	ماهية الإدارة ومجالاتها ومؤشرات سوء الإدارة التنظيم واهدافه وتقسيماته
	المشاريع/مناقشات	0.50 hr/2	10% (5)	5 12	عملية اتخاذ القرار ومراحله نظريات الحفز
	التقرير	0.50 hr/2	10% (5)	3 9	اهم رواد المدارس الفكرية اهم نظريات القيادة واساليبها
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		(لمواد الفصول –الاول والثاني والثالث والرابع )
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	ماهية الادارة والمجالات التي تعمل بها ومؤشرات سوء الادارة
Week 2	التحديات التي تواجه الادارة وعلاقة الادارة بالعلوم الاخرى
Week 3	المدارس الفكرية ( مراحل تطور الفكر الاداري )
Week 4	مفهوم التخطيط واهميته ومراحل عملية التخطيط
Week 5	عملية اتخاذ القرار ومرحل اتخاذ القرار وانواعه
Week 6	التنظيم واهدافه وتقسيماته ومراحله
Week 7	الهيكل التنظيمي والخريطة التنظيمية والدليل التنظيمي و اسباب اعادة تشكيل الهيكل التنظيمي
Week 8	السلطة والمسؤولية وقواعد تفويضها
Week 9	مفهوم القيادة والقائد والفرق بين القائد والمدير واساليب القيادة واهم النظريات في القيادة

<b>Week 10</b>	امتحان نصف الفصل
<b>Week 11</b>	الحفز واهميته وأهدافه
<b>Week 12</b>	نظريات الحفز ( سلم ماسلو للحاجات
<b>Week 13</b>	مفهوم الرقابة واهميتها وأهدافها
<b>Week 14</b>	مراحل الرقابة واهم التحديات التي تواجهها في الدول العربية
<b>Week 15</b>	امتحان فصلي
<b>Week 16</b>	أسبوع تحضيري قبل الامتحان النهائي

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
<b>Week 1</b>	
<b>Week 2</b>	
<b>Week 3</b>	
<b>Week 4</b>	
<b>Week 5</b>	
<b>Week 6</b>	
<b>Week 7</b>	

### Learning and Teaching Resources

#### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	كتاب الادارة المعاصرة للدكتور يوسف الطائي واخرون	نعم
النصوص الموصى بها	كتاب مبادئ الادارة للدكتور خليل الشماخ	لا
المواقع الإلكترونية		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ الاقتصاد		Module Delivery
Module Type	C		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MAM-1103		
ECTS Credits	4.00		
SWL (hr/sem)	100		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	Type Dept. Code	College	كلية الإدارة والاقتصاد
Module Leader	م.د. هيثم ساهي جدعان	e-mail	<a href="mailto:haitham.alsahi.jadaan@tu.edu.iq">haitham.alsahi.jadaan@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس	Module Leader's Qualification	دكتوراه
Module Tutor	Name (if available)	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	م.م معنز قحطان خلف	e-mail	muataz.q.khalaf@tu.edu.iq
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<p>اهداف المادة الدراسية</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- تمكين الطالب من فهم بعض المفاهيم الاقتصادية والمصطلحات الأساسية</li> <li>2- تمكين الطالب من معرفة الاقتصاد الجزئي والبيانه والاقتصاد الكلي والبياته</li> <li>3- تمكين الطالب من فهم الطلب ومحدداته وتوازنات السوق</li> <li>4- تمكين الطالب من التميز بين التكاليف والايرادات وأنواع التكاليف ومنحنياتها</li> <li>5- تعريف الطالب بادوات التحليل الاقتصادي الكلي كالدخل القومي والنتاج القومي والتجارة الخارجية وسعر الصرف</li> </ol>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- بيان مفهوم علم الاقتصاد والمصطلحات الاقتصادية</li> <li>2- إعطاء فكرة لعلاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى</li> <li>3- إعطاء فكرة للطلاب كيفية التعبير عن الظواهر الاقتصادية من خلال رسم المنحنيات وعمل الجداول</li> <li>4- المقارنة بين الأنظمة الاقتصادية المطبقة في دول العالم</li> <li>5- توضيح الفرق بين الاقتصاد الجزئي والكلي</li> <li>6- اهم نظريات الاقتصاد الكلي والجزئي والنقود والمصارف والسياسة المالية والنقدية</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>في الأسبوع الأول توضيح مفهوم و تطور علم الاقتصاد وعلاقته بالعلوم الأخرى وفي الأسبوع الثاني توضيح المشكلة الاقتصادية ، طبيعتها وخصائصها ، علاج المشكلة الاقتصادية في النظم الاقتصادية المختلفة وفي الأسبوع الثالث نظرية الطلب مفهوم الطلب ، جدول ومنحنى الطلب ، قانون الطلب ، واستثناءاته العوامل المحددة للطلب ( تغيير حجم الطلب ) مرونة الطلب وفي الأسبوع الرابع توضيح مرونة الطلب ، تعريف المرونة ، أنواعها ، طرق قياسها ، أهمية دراسة مرونة الطلب وتطبيقاتها وفي الأسبوع الخامس نظريات سلوك المستهلك -النظرية الكلاسيكية (نظرية المنفعة) وفي الأسبوع السادس توضيح مفهوم المنفعة وفروض النظرية ، أنواع وقانون تراكم المنفعة الحدية ، النظرية الحديثة نظرية منحنيات السواء ، خارطة السواء ، خصائص منحنيات السواء وفي الأسبوع السابع اعطاء الطلبة نظرية العرض - مفهوم العرض ، جدول ومنحنى العرض ، قانون العرض واستثناءاته ، العوامل المحددة للعرض ، طرق قياسها ، العوامل المحددة لمرونة العرض ، اثر المتغيرات الطلب والعرض وكمية التوازن وفي الأسبوع الثامن نظرية الإنتاج -مفهوم الإنتاج ، عوامل الإنتاج ، دالة الإنتاج ، أنواع الدوال ، مفهوم الناتج الكلي ، الناتج المتوسط ، الناتج الحدي ، قانون تناقص الطلب ، مفهومه ، خصائص الإنتاج ، المرحلة الاقتصادية وفي الأسبوع التاسع توضيح التكاليف والايرادات ، تكاليف الإنتاج ، مفهوم التكاليف ، أنواع التكاليف ، ، منحنيات التكاليف في الأمد القصير ، مفهوم الإيرادات ومنحنياتها والعلاقة بين التكاليف والايرادات وتحقيق التوازن في الوحدات الاقتصادية اما الأسبوع العاشر توضيح مفهوم السوق ، أنواع الأسواق ، وظائف الأسواق ، توازن</p>

	<p>المنشأة في سوق الاحتكار اما الأسبوع الحادي عشر توضيح ، معنى الأجر، أنواع الأجر، تحديد الأجر ، نظريات الأجر والفائدة مفهومها ،نظرية الفائدة والربح ، مفهومه ، كمياته ، انواعه، نظرياته اما الأسبوع الاثنى عشر توضيح مفهوم الدخل القومي واهمية الناتج القومي ، الناتج المحلي طرق الاحتساب ، التدفق الدائري للدخل والناتج القومي والعوامل المؤثرة في الناتج القومي ،النظرية الحديثة في الدخل والاستخدام والنظرية الكلاسيكية والنظرية الكنزوية اما الأسبوع الثالث عشر النقود والمصارف : مفهوم النقود والمصارف ، أنواع النقود ، وظائف النقود ، السياسة النقدية مفهومها وادواتها ، الوظائف الأساسية المصارف التجارية الائتمان ، البنوك المركزية ، وظائفها السياسة المالية مفهومها وادواتها اما الأسبوع الرابع عشر التجارة الداخلية والخارجية مفهوم التجارة الداخلية والخارجية ، أهمية التجارة الخارجية ، نظريات التجارة الخارجية ، ميزان المدفوعات ، سعر الصرف ، السياسة التجارية وانواعها اما الفصل الأسبوع الخامس عشر توضيح مفهوم التضخم ، أنواع التضخم ، النظريات المفسرة للتضخم ، اثر التضخم على الحياة الاقتصادية وكيفية معالجته</p>
--	--

Learning and Teaching Strategies	
استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	<p>1- من خلال إعطاء محاضرات داخل قاعة الدرس</p> <p>2- نشجيع الطلبة على التفكير الجماعي من خلال حلقات نقاشية</p> <p>3- توسيع مهارات الطالب في التفكير من خلال عمل التقارير</p> <p>4- عمل اختبارات يومية كوزات</p> <p>5- عمل اختبارات محددة مسبقا</p> <p>6- تعليم الطالب كيفية التوسع في المصادر وان لا يقتصر على موضوع معين</p>

Student Workload (SWL)			
الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	78	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	5
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	72	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	5
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>150</b>		

## Module Evaluation

### تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات اليومية	1hr/ 2	10% (5)	3-7	الفصل الثالث والسابع
	المهام الواجبات	1hr/ 1	10% (10)	5	الفصل الخامس
	المناقشات	1hr/ 5	10% (2)	4-6-9-10-11	الرابع والخامس
	التقرير	11hr/ 1	10% (10)	15	كل الفصول
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2/hr	10% (10)	10	الفصل الأول والثاني والثالث والرابع والخامس والسادس والسابع والثامن
	الامتحان النهائي	3/hr	50% (50)	15	الفصل الأول والثاني والثالث والرابع والخامس والسادس والسابع والثامن والتاسع والعاشر والحادي عشر والثاني عشر والثالث عشر والرابع عشر والخامس عشر
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

## Delivery Plan (Weekly Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	مفهوم و تطور علم الاقتصاد وعلاقته بالعلوم الأخرى
Week 2	المشكلة الاقتصادية ، طبيعتها وخصائصها وخصائصها ، علاج المشكلة الاقتصادية في النظم الاقتصادية المختلفة
Week 3	نظرية الطلب مفهوم الطلب ، جدول ومنحنى الطلب ، قانون الطلب ، واستثناءاته العوامل المحددة للطلب ( تغيير حجم الطلب ) مرونة الطلب
Week 4	مرونة الطلب ، تعريف المرونة ، أنواعها ، طرق قياسها ، أهمية دراسة مرونة الطلب وتطبيقاتها
Week 5	نظريات سلوك المستهلك -النظرية الكلاسيكية (المنفعة)
Week 6	مفهوم المنفعة وفروض النظرية ، أنواع وقانون تراكم المنفعة الحدية ، النظرية الحديثة نظرية منحنيات السواء ، خارطة السواء ، خصائص منحنيات السواء
Week 7	نظرية العرض - مفهوم العرض ، جدول ومنحنى العرض ، قانون العرض واستثناءاته ، العوامل المحددة للعرض ، طرق قياسها ، العوامل المحددة لمرونة ، اثر المتغيرات الطلب والعرض وكمية التوازن
Week 8	نظرية الإنتاج -مفهوم الإنتاج ، عوامل الإنتاج ، دالة الإنتاج ، أنواع الدوال ، مفهوم الناتج الكلي ، الناتج المتوسط ، الناتج الحدي ، قانون تناقص الطلب ، مفهومه ، خصائص الإنتاج ، المرحلة الاقتصادية

Week 9	التكاليف والإيرادات ، تكاليف الإنتاج ، مفهوم التكاليف ، أنواع التكاليف ، منحنيات التكاليف في الأمد القصير ، مفهوم الإيرادات ومنحنياتها والعلاقة بين التكاليف والإيرادات وتحقيق التوازن في الوحدات الاقتصادية
Week 10	مفهوم السوق ، أنواع الأسواق ، وظائف الأسواق ، توازن المنشأة في سوق الاحتكار
Week 11	نظرية التوزيع ، الأجر ، معنى الأجر ، أنواع الأجر ، تحديد الأجر ، نظريات الأجر والفائدة مفهومها ، نظرية الفائدة والربح ، مفهومه ، كمياته ، انواعه ، نظرياته
Week 12	الدخل القومي : مفهوم الدخل القومي وأهمية الناتج القومي ، الناتج المحلي طرق الاحتساب ، التدفق الدائري للدخل والناتج القومي والعوامل المؤثرة في الناتج القومي ، النظرية الحديثة في الدخل والاستخدام والنظرية الكلاسيكية والنظرية الكنزية
Week 13	النقود والمصارف : مفهوم النقود والمصارف ، أنواع النقود ، وظائف النقود ، السياسة النقدية مفهومها وادواتها ، الوظائف الأساسية المصارف التجارية الائتمان ، البنوك المركزية ، وظائفها السياسة المالية مفهومها وادواتها
Week 14	التجارة الداخلية والخارجية مفهوم التجارة الداخلية والخارجية ، أهمية التجارة الخارجية ، نظريات التجارة الخارجية ، ميزان المدفوعات ، سعر الصرف ، السياسة التجارية وانواعها
Week 15	التضخم النقدي ، أنواع التضخم ، مفهوم التضخم ، أنواع التضخم ، النظريات المفسرة للتضخم ، اثر التضخم ومعالجته
Week 16	أسبوع تحضير ي قبل الامتحان النهائي

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

### Learning and Teaching Resources

#### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة		نعم
النصوص الموصى بها		لا
المواقع الإلكترونية		

--	--

<b>Grading Scheme</b> مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
<b>Success Group (50 - 100)</b>	<b>A - Excellent</b>	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	<b>B - Very Good</b>	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	<b>C - Good</b>	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	<b>D - Satisfactory</b>	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	<b>E - Sufficient</b>	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
<b>Fail Group (0 - 49)</b>	<b>FX - Fail</b>	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	<b>F - Fail</b>	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب
ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.				

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ إدارة تسويق 1		Module Delivery
Module Type	C		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MAM-1101		
ECTS Credits	8		
SWL (hr/sem)	200		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	سعد عجاج خلف	e-mail	<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	أ.م.د.	Module Leader's Qualification	دكتوراه
Module Tutor	احمد حميد عيسى	e-mail	<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents	
أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية	
Module Objectives أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم.</li><li>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.</li></ol>

	<p>3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.</p> <p>4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.</p> <p>5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.</p> <p>6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.</p> <p>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.</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b></p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>هام: اكتب على الأقل 6 مخرجات تعليمية، ومن الأفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة</p> <p>1- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص.</p> <p>2- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.</p> <p>3- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.</p> <p>4- ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.</p> <p>5- خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.</p> <p>6- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية.</p> <p>7- ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.</p>
<p><b>Indicative Contents</b></p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p><b>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ان الهدف الرئيسي من هذا المقرر ان يكون لدى الطلاب الخيار الذين يمكن من خلاله تطوير المعرف والمهارات اللازمة في مجال ادارة التسويق والذي يعرف بأنه عبارة عن عملية تحديد رغبات العملاء ووضع خطة لإقناعهم بقدرة المؤسسة على تلبية هذه الرغبات، ثم تنفيذ هذه الخطة بشكل يحقق الارباح للمؤسسة.</li> <li>- تعريف الطلبة بأن ادارة التسويق هي نظام من أنشطة الاعمال المتكاملة مع بعضها البعض، والتي تستهدف تخطيط وتسعير وترويج و توزيع والسلع والخدمات على العملاء الحاليين والمرتبين في المستقبل.</li> <li>- تعريف الطلبة من خلال تقديم برامج منتقاة بعناية كبيرة وجودة عالية لخلق قادة في المستقبل في مجال التسويق يمتلكون مهارات وقدرات عالية وجاهزين للعمل في مجال التسويق وذلك للدور المهم والذي يمثله التسويق في المجتمع.</li> <li>- تعريف الطلبة على أن التسويق يعمل على: <ul style="list-style-type: none"> <li>أ- إنشاء منتجات فعالة ومريحة تلي احتياجات العملاء .</li> <li>ب- بناء الفرص التجارية التي تخلق ثروة لمؤسستك .</li> <li>ت- زيادة الإيرادات من خلال تعظيم تأثير استثمارات التسويق على المبيعات.</li> <li>ث- تحسين سمعة وصورة العلامة التجارية..... الخ.</li> </ul> </li> </ul>

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

<b>Strategies</b>	<p>ان اهم الاستراتيجيات للتعلم والتعليم هي تشجيع مشاركة الطلاب من خلال المناقشات، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم. من خلال مواد الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تتضمن أخذ بعض الأنشطة التي تهم الطلاب ويمكن ايجاز اهم ما نصبو اليه من خلال النقاط الآتية :-</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. يمكن الطالب من معالجة المشكلات المتعلقة بالأنشطة التسويقية</li><li>2. يمكن الطالب من تلبية جميع متطلبات سوق العمل</li><li>3. يمكن الطالب من اتخاذ قرارات دقيقة وبالوقت المناسب.</li></ol>

## Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعا

<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	45	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	3
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	77	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	5.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	125		

## Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

	Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
--	-------------	----------------	----------	---------------------------

Formative assessment	الامتحانات اليومية	0.25 hr/4	10% (2)	4 - 6 - 8 - 11	<p>الفصل الاول:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- المدخل في دراسة التسويق.</li> <li>- المفهوم الاجتماعي للتسويق.</li> </ul> <p>الفصل الثاني:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- النظام التسويقي والبيئة</li> <li>- البيئة التسويقية.</li> </ul> <p>الفصل الثالث:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- نظام المعلومات التسويقي.</li> <li>- بحوث التسويق.</li> </ul> <p>الفصل الرابع:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- سلوك المستهلك.</li> <li>- مراحل عملية الشراء لدى المستهلك.</li> </ul>
	المهمات الواجبات/عرض تقديمي	0.50 hr/2	10% (5)	1 6	
	المشاريع/مناقشات	0.50 hr/2	10% (5)	5 12	
	التقرير	0.50 hr/2	10% (5)	3 9	
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		(الفصول - الاول والثاني والثالث والرابع )
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	المدخل في دراسة التسويق
Week 2	المفهوم الاجتماعي للتسويق
Week 3	النظام التسويقي والبيئة

Week 4	البيئة التسويقية
Week 5	نظام المعلومات التسويقي
Week 6	بحوث التسويق
Week 7	سلوك المستهلك
Week 8	مراحل عملية الشراء لدى المستهلك
Week 9	The midterm
Week 10	تجزئة السوق وانواع المنتجات الاستهلاكية والصناعية
Week 11	الفوائد المتحققة من تجزئة السوق
Week 12	المنتج
Week 13	دورة حياة المنتج
Week 14	الترويج
Week 15	امتحان فصلي
Week 16	أسبوع تحضيرى قبل الامتحان النهائي

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	لا يوجد مختبر
Week 2	لا يوجد مختبر
Week 3	لا يوجد مختبر
Week 4	لا يوجد مختبر
Week 5	لا يوجد مختبر
Week 6	لا يوجد مختبر
Week 7	لا يوجد مختبر

### Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	كتاب مبادئ ادارة التسويق للدكتور ثامر البكري	نعم
النصوص الموصى بها	كتاب مبادئ ادارة التسويق	نعم
المواقع الإلكترونية		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التغاضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسي

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	إدارة تسويق 2		Module Delivery
Module Type	C		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MAM-2011		
ECTS Credits	8		
SWL (hr/sem)	200		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	سعد عجاج خلف	e-mail	<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	أ.م.د.	Module Leader's Qualification	دكتوراه
Module Tutor	أحمد حميد عيسى	e-mail	<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. التعلم النشط: تشجيع المشاركة الفعالة للطلاب في عمليات التعلم، مثل المناقشات والأنشطة الجماعية وحل المشكلات، لتعزيز فهمهم العميق للمفاهيم الرياضية.</li> <li>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.</li> <li>3. استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا في توفير أدوات تعليمية تفاعلية مثل برامج الحاسوب والموارد عبر الإنترنت لتعزيز فهم الطلاب وتحفيزهم.</li> <li>4. التعلم القائم على المشكلات: تقديم مشكلات محددة وتحفيز الطلاب للتفكير النقدي واستخدام المهارات التسويقية لحلها.</li> <li>5. الاستراتيجيات التعليمية المتعددة: توفير مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، مثل المحاضرات التفاعلية والدروس العملية والتمارين العملية، لتلبية احتياجات متنوعة من الطلاب.</li> <li>6. تعزيز التفكير التسويقي: تشجيع الطلاب على تطوير المهارات التسويقية مثل التحليل والتخطيط والاستنتاج، من خلال تقديم أسئلة تحفيزية ومشكلات تطبيقية.</li> </ol> <p>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.</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>هام: اكتب على الأقل 6 مخرجات تعليمية، ومن الأفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- تقديم ملاكات رائدة في إدارة التسويق لمؤسسات القطاع العام والخاص.</li> <li>2- نشر المعرفة التسويقية في كافة المؤسسات بما يحقق تطلعات المجتمع.</li> <li>3- قدرة خريجي القسم على تطوير مهاراتهم التسويقية والمعرفية وتحقيق الريادة في إدارة التسويق.</li> <li>4- ترسيخ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.</li> <li>5- خدمة المجتمع وتلبية متطلباته.</li> <li>6- التمسك بأخلاقيات المهنة والقدرة على ابداء الكفاءة المهنية العالية.</li> <li>7- ان يكون الطالب مؤمناً بمبادئ النزاهة والشفافية، ولديه القدرة على تطبيق مفاهيم ادارة الجودة في العمل.</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>يبتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- الاسبوع الاول :-الفصل الاول- مفهوم التوزيع المادي والمجالات التي يعمل بها مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة</li> <li>2- الاسبوع الثاني :- مفهوم النقل مع امتحان يومي بمادة الفصل الاول بواقع 2 ساعة</li> <li>3- الاسبوع الثالث :- مفهوم المبيعات بواقع 2 ساعة.</li> <li>4- الاسبوع الرابع:- تنظيم القوة البيعية بواقع 2ساعة.</li> <li>5- الاسبوع الخامس :- الفصل الثاني - مفهوم المشتريات مع طلب تقرير من الطلبة حول مفهوم المشتريات بواقع 2 ساعة.</li> <li>6- الاسبوع السادس:- أهداف ادارة المشتريات مع اختبار يومي بواقع 2 ساعة.</li> <li>7- الاسبوع السابع :- الفصل الثالث - مفهوم التكاليف التسويقيه مع اختبار يومي بواقع 2 ساعة.</li> <li>8- الاسبوع الثامن :- تبويب التكاليف وتحليل التكاليف التسويقيه مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة.</li> <li>9- الاسبوع التاسع :- الفصل الرابع - مفهوم المسؤوليه الاجتماعيه للتسويق يومي للفصول السابقة بواقع 2 ساعة</li> <li>10- الاسبوع العاشر :- مفهوم التسويق الاجتماعي بواقع 2 ساعة</li> <li>11- الاسبوع الحادي عشر: التوجه الاجتماعي للتسويق يومي بالمادة السابقة بواقع 2 ساعة</li> <li>12- الاسبوع الثاني عشر : التوجه البيعي والتسويقي بواقع 2 ساعة</li> </ol>

	13- الاسبوع الثالث عشر : التوجة الفلسفي بواقع 2 ساعة
	14- الاسبوع الرابع عشر : مفهوم التسويق الوردي مع اختبار يومي بالمادة السابقة بواقع 2 ساعة
	15- الاسبوع الخامس عشر : امتحان فصلي

<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>مان اهم الاستراتيجيات للتعلم والتعليم هي تشجيع مشاركة الطلاب من خلال المناقشات، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم. من خلال مواد الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تتضمن أخذ بعض الأنشطة التي تهم الطلاب ويمكن ايجاز اهم ما نصبو اليه من خلال النقاط الاتية :-</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. يمكن الطالب من معالجة المشكلات المتعلقة بالأنشطة التسويقية</li> <li>2. يمكن الطالب من تلبية جميع متطلبات سوق العمل</li> <li>3. يمكن الطالب من اتخاذ قرارات دقيقة وبالوقت المناسب</li> </ol>

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ اسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	3.2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	77	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	5.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>125</b>		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	الامتحانات اليومية	0.25 hr/5	10% (2)	2-4-7-11-14	الفصل الاول- - مفهوم التوزيع المادي - مفهوم النقل - مفهوم المبيعات

	المهام الواجبات/عرض تقديمي	0.50 hr/2	10% (5)	1 6	الفصل الثاني - مفهوم المشتريات - اهداف ادارة المشتريات
	المشاريع/مناقشات	0.50 hr/2	10% (5)	5 12	الفصل الثالث - مفهوم التكاليف التسويقية - تبويب التكاليف وتحليل التكاليف التسويقية
	التقرير	0.50 hr/2	10% (5)	3 9	الفصل الرابع - مفهوم المسؤولية الاجتماعية للتسويق - مفهوم التسويق الاجتماعي
<b>Summative assessment</b>	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		(مواد الفصول -الاول والثاني والثالث والرابع )
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
<b>Week 1</b>	مفهوم التوزيع المادي
<b>Week 2</b>	مفهوم النقل
<b>Week 3</b>	مفهوم المبيعات
<b>Week 4</b>	تنظيم القوة البيعية
<b>Week 5</b>	مفهوم المشتريات
<b>Week 6</b>	أهداف ادارة المشتريات
<b>Week 7</b>	مفهوم التكاليف التسويقية
<b>Week 8</b>	تبويب التكاليف
<b>Week 9</b>	مفهوم المسؤولية الاجتماعية
<b>Week 10</b>	مفهوم التسويق الاجتماعي
<b>Week 11</b>	التوجه الاجتماعي للتسويق

Week 12	التوجه البيعي
Week 13	التوجه الفلسفي
Week 14	مفهوم التسويق الوردي
Week 15	امتحان فصلي
Week 16	أسبوع تحضير ي قبل الامتحان النهائي

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

### Learning and Teaching Resources

#### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	كتاب الادارة المعاصرة للدكتور يوسف الطائي واخرون	نعم
النصوص الموصى بها	كتاب مبادئ الادارة للدكتور خليل الشماع	لا
المواقع الإلكترونية		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F - Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	English language		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input checked="" type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	Un-126		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	2	Semester of Delivery	
Accounting Department	MAC	College	UOMM
Module Leader	عدنان فيحان محمود خضر	e-mail	<a href="mailto:adnan.afm66@tu.edu.iq">adnan.afm66@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	Proff. assistant.	Module Leader's Qualification	
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name		e-mail	
Scientific Committee Approval Date	01/10/2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module مواد ممهدة	لا يوجد	Semester	
Co-requisites module مواد مكملة	لا يوجد	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1- Teaching students about questions and tense revision</li><li>2- Teaching students about Rights word, wrong word, Social expressions</li><li>3- Teaching students about Present tenses, have/ have got</li><li>4- Teaching students about how to express Things I like doing, making conversation</li><li>5- Teaching students about Past simple and continuous</li><li>6- Teaching students about the use of Adverbs, Saying when</li><li>7- Teaching students about Eat, drink, and be merry!</li><li>8- Teaching students about how to Express quantity, something/ no one.....</li><li>9- Teaching students about how to use Articles, a piece of....., Can you come dinner?</li><li>10- Teaching students about Verb patterns and Expressing doubt and certainty</li><li>11- Teaching students about Phrasal verbs and Synonyms and antonyms</li><li>12- Teaching students about Expressing doubt and certainty</li></ol>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1- The student is able to use questions and different tense in everyday situations</li><li>2- The student is able to use Rights word, wrong word, Social expressions</li><li>3- The student is able to express Present tenses, have/ have got</li><li>4- The student is able to express Things I like doing, making conversation</li><li>5- The student is able to use the Past simple and continuous tense in everyday situation</li><li>6- The student is able to use Adverbs, Saying when</li><li>7- The student is able to talk about Eat, drink, and be merry!</li><li>8- The student is able to Express quantity, something/ no one.....</li><li>9- The student is able to use Articles, a piece of....., Can you come dinner?</li><li>10- The student is able to identify Verb patterns and Expressing doubt and certainty</li><li>11- The student is able to use Phrasal verbs and Synonyms and antonyms</li><li>12- The student is able to express doubt and certainty</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يأتي.</p> <p><u>Part A - Class Lecture</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1- دراسة الأزمنة باللغة الانكليزية وكيفية طرح الاسئلة واستخدامها بالشكل الصحيح</li><li>2- دراسة بعض المفردات اللغوية الانكليزية الخاصة بالتعابير الاجتماعية وكيفية استخدامها بالمحادثات اضافة الى كتابتها املائيا بشكل صحيح</li><li>3- دراسة زمن المضارع البسيط باللغة الانكليزية والصيغ الخاصة به</li></ol>

	<p>4- دراسة المحادثات المتنوعة وكيفية التعبير عن الرغبة في عمل الأشياء</p> <p>5- دراسة زمن الماضي البسيط والماضي المستمر وصيغته المختلفة</p> <p>6- التعبير باستخدام ظرف الفعل. التعبير عن الطعام والشراب</p> <p>7- دراسة كيفية التعبير عن الكمية، كيفية استخدام ادوات التعريف والتكثير</p> <p>8- دراسة انماط الافعال و الافعال المركبة وكيفية استخدامها</p> <p>9- دراسة زمن المستقبل، كيفية التعبير عن الشك</p> <p>10- دراسة درجات التفضيل والمقارنة، ودراسة المرادفات و المتضادات</p> <p><b>Part B - Tutorial</b></p> <p>1- تمكين الطالب من التعرف على المفردات اللغوية الجديدة واستخدامها بالشكل الامثل</p> <p>2- استخدام المحادثات والاسئلة والاجوبة المباشرة لتمكين الطالب من الفهم والاستيعاب مع الاجابة بشكل صحيح باللغة الانكليزية</p> <p>3- قراءة بعض النصوص لتمكين الطالب من الفهم واستيعاب اكبر عدد ممكن من المفردات اللغوية الانكليزية</p> <p>4- استخدام القراءة الجهرية للنصوص من قبل الطالب من اجل ضبط اللفظ الصحيح للمفردات</p> <p>5- استخدام الكتابات المباشرة من اجل تمكين الطالب من الكتابة الاملائية الصحيحة وبشكل متقن</p> <p>6- تمكين الطالب من استخدام المهارات اللغوية (القراءة، الاستماع، الكتابة، التحدث) بمهارة من خلال الانشطة الصفية المختلفة ودمجها بالحياة اليومية</p> <p>Total hrs = 60 = SSWL - (Exam hrs) = 60+ 3 = 63 hr (Time table hrs x 15 weeks)</p>
--	---

<b>Learning and Teaching Strategies</b> <b>استراتيجيات التعلم والتعليم</b>	
<b>Strategies</b>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التواصل اللغوي سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال تطبيق المهارات اللغوية (الاستماع، التحدث، القراءة، الكتابة) التي تنطوي على بعض أنشطة ومشاركة الطلاب في تطبيق هذه الحالات وتحليلها</p>

<b>Student Workload (SWL)</b> <b>الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا</b>			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	33	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	4
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	17	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>50</b>		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment التقييم التكويني	Quizzes	3	20% (15)	4,7,10,13	LO#1, #2, #3, LO #4, #5, LO #6 #7, LO #8 #9
	Online Assignments	1	5% (10)	Continuous	LO #3, #4 and #6, #7
	Onsite Assignments	4	5% (10)	Continuous	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #5, #8 and #9
	Seminar	1	5%(5)	2,12	LO #6, #7, #8, #9
Summative assessment التقييم التلخيصي	Midterm Exam	1hr	10% (10)	7	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	Questions, Tense revision
Week 2	Rights word, wrong word, Social expressions
Week 3	Present tenses, have/ have got
Week 4	Things I like doing, making conversation
Week 5	Past simple and continuous
Week 6	Adverbs, Saying when
Week 7	Eat, drink, and be merry!
Week 8	Expressing quantity, something/ no one.....
Week 9	Articles, a piece of....., Can you come dinner?
Week 10	Verb patterns

<b>Week 11</b>	Future forms
<b>Week 12</b>	Phrasal verbs
<b>Week 13</b>	Expressing doubt and certainty
<b>Week 14</b>	comparative and superlative
<b>Week 15</b>	Synonyms and antonyms
<b>Week 16</b>	<b>Final Exam</b>

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
<b>Week 1</b>	
<b>Week 2</b>	
<b>Week 3</b>	
<b>Week 4</b>	
<b>Week 5</b>	
<b>Week 6</b>	
<b>Week 7</b>	

### Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
<b>Required Texts</b>	<b>New Headway Plus / Beginner Student's Boob. For : John and Liz Soars/ Oxford University Press</b>	No
<b>Recommended Texts</b>		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

**Note:** Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

جامعة تكريت

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم إدارة التسويق

الوصف الأكاديمي

الدراسات الأولية / المرحلة الثانية

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اساسيات الأساليب الكمية وتطبيقات spss		Module Delivery
Module Type	B		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input checked="" type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-24014		
ECTS Credits	5		
SWL (hr/sem)	150		
Module Level	2	Semester of Delivery	
Administering Department	MMM-24014	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Hiba Rabeea Sheran	e-mail	<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	Assistant Professor Doctor	Module Leader's Qualification	Ph.D
Module Tutor	Hiba Rabeea Sheran	e-mail	<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>
Peer Reviewer Name	Nothing	e-mail	Nothing
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول إلى الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية.</li><li>2. تعريف الطالب بمفاهيم التحليل الإحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية والغير معلمية.</li></ol>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. التعرف على البرمجة الخطية</li><li>2. كيفية صياغة نموذج برمجة خطية</li><li>3. تحديد النقاط في الرسم البياني</li><li>4. التوصل للحل الأمثل</li><li>5. كيفية اجراء استبيان.</li><li>6. كيفية التعامل مع متحولات برنامج spss</li><li>7. كيفية تحليل الاستبيان</li><li>8. التعرف على الإحصاء الوصفي.</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p>Indicative content includes the following.</p> <p><u>البرمجة الخطية</u> <u>صياغة نموذج البرمجة الخطية</u> <u>الرسم البياني</u> <u>طرق الرسم البياني</u> <u>طريقة الحل الأمثل باستخدام السمبلكس</u> <u>النماذج الثنائية</u> <u>نماذج النقل</u> <u>نظرية التخصيص</u> <u>نظرية المباريات</u> <u>الحل الرياضي لشبكات الأعمال</u> <u>الاستبيان</u> <u>نظرة عامة حول برنامج SPSS</u> <u>تعريف المتحولات و القيم المفقودة</u> <u>تحليل الاستبيان</u> <u>استكشاف البيانات</u> <u>المخططات البيانية في برنامج spss</u> <u>جدول الإحصاء الوصفي</u></p>
<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>الإستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	5
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	102	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	7
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	<b>150</b>		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		<b>Time/Number</b>	<b>Weight (Marks)</b>	<b>Week Due</b>	<b>Relevant Learning Outcome</b>
<b>Formative assessment</b>	<b>Quizzes</b>	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	<b>On line Assignments</b>	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	<b>Seminar</b>	2	5% (5)	6 and 13	All
	<b>Report</b>	1	5% (5)	13	LO #1, #4,and #7
	<b>Onsite Assignments</b>	4	5% (5)	Continuou s	All
<b>Summative assessment</b>	<b>Midterm Exam</b>	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #8
	<b>Final Exam</b>	3hr	50% (50)	16	All
<b>Total assessment</b>			<b>100% (100 Marks)</b>		

<b>Delivery Plan (Weekly Syllabus)</b> المنهاج الاسبوعي النظري	
	<b>Material Covered</b>
<b>Week 1</b>	مقدمة عن الأساليب الكمية
<b>Week 2</b>	النمذجة : صياغة نموذج البرمجة الخطية
<b>Week 3</b>	حل النموذج بطريقة الرسم البياني
<b>Week 4</b>	حل النموذج بطريقة (السملكس)
<b>Week 5</b>	تحويل النماذج من الصيغة العامة إلى الصيغة الثنائية
<b>Week 6</b>	امتحان 1
<b>Week 7</b>	نماذج النقل : طريقة اقل الكلف والركن الشمالي الغربي
<b>Week 8</b>	نظرية التخصيص
<b>Week 9</b>	نظرية المباريات: طرق حل المباريات
<b>Week 10</b>	شبكات الأعمال: الحل الرياضي لشبكات الأعمال
<b>Week 11</b>	امتحان 2
<b>Week 12</b>	نظرة عامة حول برنامج SPSS ، تعريف المتحولات والقيم المفقودة
<b>Week 13</b>	تحليل الاستبيان
<b>Week 14</b>	المخططات البيانية وجدول الإحصاء الوصفي في برنامج SPSS
<b>Week 15</b>	امتحان 3

<b>Learning and Teaching Resources</b> مصادر التعلم والتدريس		
	<b>Text</b>	<b>Available in the Library?</b>
<b>Required Texts</b>	الأساليب الكمية في التسويق – محمود الصميدعي، ردينة عثمان التحليل الاحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج IBM SPSS Statistic غيث البحر و د. معن التنجي بحوث العمليات – دلال صادق الجواد، حمي ناصر الفتال 2008	Yes
<b>Recommended Texts</b>	-الكتب المتوفرة في المكتبة -محاضرات من الانترنت عن الأساليب الكمية	Yes
<b>Websites</b>		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 – 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 – 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 – 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 – 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 – 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

**Note:** Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

### Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2307	اساسيات أساليب كمية وتطبيقات spss	6	1
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	46	102
Description			
<p>تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول الى الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية وتعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية وغير معلمية</p>			

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	اللغة العربية Arabic Language		Module Delivery
Module Type	نظري		<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	Un-116		
ECTS Credits	2		
SWL (hr/sem)	50		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	ادارة التسويق	College	Administration and economics
Module Leader	وسام مصطفى حسن	e-mail	<a href="mailto:wissam.mustafa93@tu.edu.iq">wissam.mustafa93@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name		e-mail	
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• التعرف على أهم الأخطاء التي تقع أثناء الكتابة عند طلبة المرحلة الأولى.</li><li>• تفاعل الطلاب مع المادة أثناء المحاضرة.</li><li>• توظيف اللغة وتمكين الطالب من حل أهم المشاكل التي تواجهه في حياته الدراسية والعملية.</li><li>• تنمية الفكر وجعله يدرك بطريقة ما بيان معاني الألفاظ .</li><li>• 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 .</li></ul>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1- القرآن الكريم (سورة الاسراء ويوسف)</li><li>2- الحديث النبوي</li><li>3- الأدب العربي (قصيدتان)</li><li>4- الفعل المضارع المنصوب</li><li>5- الفعل المضارع المجزوم</li><li>6- المجرورات</li><li>7- المنصوبات</li><li>8- احكام كتابة التاء المربوطة والتاء المفتوحة</li><li>9- احكام كتابة الألف المقصورة والممدودة</li><li>10- الفرق بين الضاد والطاء</li><li>11- المعاجم العربية ومراحل جمع اللغة</li><li>12- الصرف (من حيث تصريف العدد والمجرد والمزيد</li><li>13- نشأة علم البديع</li></ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>تحديد اللغة المحاسبية السليمة وبناء الجمل بصورة سليمة اللغة العربية هي إحدى المواد الدراسية التي يحتاج الأستاذ فيها إلى اتباع أكثر من طريقة تدريس حتى يزود الطالب بالمهارات الأساسية في اللغة وهي: الكتابة، والقراءة، والاستماع، والتحدث. من حيث سلامة اللغة في الاسبوع الاول والثاني يتم دراسة وحفظ مقطع من سورة الكهف والاسباع الباقية نتناول النحو وحسب (الفية ابن مالك) في النحو ، نبدأ بالجملة الفعلية (الفعل الماضي المضارع الامر) ثم الجملة الاسمية (المبتدأ والخبر ، الاحرف المشبهة بالفعل الافعال الناقصة) ثم الاملاء وتوزع المادة على اسابيع الفصل وبحسب الاهمية :</p>

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

<b>Strategies</b>	الهدف الرئيس الذي يتم اعتماده في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تتضمن أخذ بعض أنشطة العينات التي تهم الطلاب.
-------------------	--

## Student Workload (SWL)

### الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	30	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	17	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	1.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>50</b>		

## Module Evaluation

### تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	الامتحانات اليومية	1hr/4	10% (10)	2+5+7+10	1- حفظ مقطع من سورة الاسراء ويوسف 5- بناء الفعل الماضي 7- اعراب الفعل المضارع 10 كتابة العدد
	المهام الواجبات	1hr/10	10% (10)	1+3+4+6+8 ++11+12+1 3+14	الدروس المستفادة من سورة الاسراء ويوسف - الأدب العربي - الفعل المضارع المنصوب والمجزوم - المجزورات - المنصوبات

					<ul style="list-style-type: none"> <li>- الصرف</li> <li>- المجرد والمزيد</li> <li>- كتابة العدد</li> </ul>
	المشاريع/ المختبر		10% (10)		
	التقرير	1hr/1	10% (10)	15	
<b>Summative assessment</b>	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي النظري

Week	Material Covered
Week 1	القرآن الكريم
Week 2	الحديث النبوي
Week 3	الادب العربي
Week 4	النحو العربي/ نصب الفعل المضارع
Week 5	جزم الفعل المضارع
Week 6	مرفوعات الأسماء
Week 7	منصوبات الأسماء
Week 8	اختبار
Week 9	مجرورات الأسماء
Week 10	كتابة العدد
Week 11	اختبار
Week 12	الضاد والطاء
Week 13	المعاجم العربية
Week 14	معجمات الالفاظ والدلالة
Week 15	الاحطاء اللغوية الشائعة
Week 16	الصرف/ من حيث التذكير والتأنيث والتجرد والزيادة والافراد والتنثنية والجمع

## Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

## Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	1- تفسير القرآن ( عبد الله شبر ) 2- كتاب اللغة العربية للاقسام غير المختصة ل ( عبد الله فادر حسن أمين )	لا
النصوص الموصى بها	3- الفية ابن مالك في النحو 4- كتاب الاملاء الواضح	لا
المواقع الإلكترونية	<a href="https://www.twinkl.com/blog/arabic-grammar-nahw-arabi-egypt-middle-east-educational-resources">https://www.twinkl.com/blog/arabic-grammar-nahw-arabi-egypt-middle-east-educational-resources</a> <a href="https://www.googleadservices.com/">https://www.googleadservices.com/</a>	

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX - Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F - Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التفاوضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	<b>Marketing Supplies</b>		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	<b>MMM-2308</b>		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	<b>175</b>		
Module Level	2	Semester of Delivery	3
Administering Department	Marketing management	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Firas Farhan Jedi		e-mail: Firasffj@tu.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	assistant professor	Module Leader's Qualification	Dr.
Module Tutor	Marwan Hussein Abed		e-mail: Marwan.h.29@tu.edu.iq
Peer Reviewer Name	N. A	e-mail	E-mail
Scientific Committee Approval Date	2025/6/4	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. فهم المفاهيم الأساسية لإمدادات التسويق: اذ يتعرف الطالب على مفاهيم مثل سلسلة التوريد، التوزيع، التخزين، النقل، والتوصيل، وعلاقتها بالعملية التسويقية.</li> <li>2. تمييز الأنشطة الرئيسية في إدارة اللوجستيات التسويقية وكيفية إدارة المخزون، طرق النقل، اختيار قنوات التوزيع، واستراتيجيات توصيل المنتجات بفعالية.</li> <li>3. تطبيق أدوات وتقنيات حديثة في اللوجستيات ومعرفة بأحدث الاتجاهات التقنية مثل أنظمة إدارة سلسلة التوريد (SCM) والتتبع الذكي للطلبات.</li> <li>4. تحليل حالات دراسية واقعية لفهم التحديات الواقعية التي تواجهها الشركات في الإمدادات.</li> <li>5. بناء قدرات التفكير النقدي واتخاذ القرار في إدارة العمليات اللوجستية المعقدة.</li> </ol>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. شرح المفاهيم الأساسية لإمدادات التسويق وسلسلة التوريد، وربطها بالأنشطة التسويقية المختلفة.</li> <li>2. تمييز المكونات الرئيسية لإدارة اللوجستيات مثل النقل، التخزين، التوزيع، والمخزون.</li> <li>3. اختيار قنوات التوزيع واستراتيجيات النقل المناسبة بما يتماشى مع طبيعة المنتج والسوق المستهدف.</li> <li>4. تطبيق أدوات وتقنيات حديثة في مجال الإمدادات، مثل أنظمة SCM والتتبع الذكي للطلبات.</li> <li>5. تحليل تحديات واقعية من خلال دراسة حالات عملية واقعية واقتراح حلول لوجستية مناسبة.</li> <li>6. تنمية مهارات التفكير النقدي والعمل الجماعي في معالجة مشكلات سلسلة الإمداد واتخاذ القرارات المناسبة.</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>تركز مادة امدادات التسويق على المفردات الاتية:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. مفهوم الامدادات وتطورها التاريخي</li> <li>2. الأنشطة الأساسية والثانوية لامدادات التسويق</li> <li>3. الهيكل التنظيمي المطلوب لادارة الامدادات ضمن بيئة المنظمة</li> <li>4. النقل واهميته ووسائله</li> <li>5. التخزين وانواعه والسيطرة المخزنية</li> <li>6. المناولة ومبادئها</li> <li>7. الأصول العلمية في كل عملية شراء</li> <li>8. ادارة سلسلة التوريد ومبادئها</li> <li>9. سلاسل التوريد في البيئة الرقمية</li> </ol>

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

<p><b>Strategies</b></p>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهتم الطلاب.</p>
--------------------------	---

## Student Workload (SWL)

### الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

<p><b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل</p>	<p>63</p>	<p><b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا</p>	<p>5</p>
<p><b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل</p>	<p>112</p>	<p><b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا</p>	<p>6</p>
<p><b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل</p>	<p>175</p>		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
As		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6,
	On line Assignments	5	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #5,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #3, and #5
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	8	LO #1 - #2 and #6
	Final Exam	3hr	50% (50)	15	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	المفهوم والتطور التاريخي لإدارة الامدادات
Week 2	اهمية واهداف ادارة الامدادات
Week 3	التنظيم الداخلي لإدارة الامدادات
Week 4	نشاط النقل واهميته
Week 5	اهداف ووسائل النقل
Week 6	العوامل المحددة لاختيار وسائل النقل
Week 7	نشاط التخزين واهميته
Week 8	اهداف التخزين وانواع المخازن
Week 9	نشاط خدمة الزبائن واهميته وأهدافه
Week 10	انشطة الامدادات الثانوية / نشاط المناولة
Week 11	انشطة الامدادات الثانوية / نشاط التعبئة والتغليف
Week 12	الأصول العلمية الخمسة في الشراء
Week 13	إدارة سلاسل التوريد ومبادئها
Week 14	عناصر سلاسل التوريد وسلسلة التوريد الالكترونية
Week 15	الامتحان الفصلي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	-
Week 2	-
Week 3	-
Week 4	-
Week 5	-
Week 6	-
Week 7	-

Learning and Teaching Resources مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	الرسائل والاطاريج والكتب العلمية	Yes
Recommended Texts	مهارات واساليب متنوعة للتعامل مع مهارات امدادات التسويق	Yes
Websites		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (فيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
<p><b>Note:</b> Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.</p>				

#### Module 14

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2308	امدادات التسويق	7	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية لإمدادات التسويق ومكوناتها وعناصرها وأنواعها، مع التطرق إلى التطور التاريخي لسلسلة الإمداد ودورها في دعم الأنشطة التسويقية. كما يسلط الضوء على الاتجاهات الحديثة في إدارة الإمدادات وتأثير العولمة والتكنولوجيا على كفاءة سلاسل التوريد. يتناول المقرر أيضاً آليات التنسيق بين الأنشطة اللوجستية والتسويقية، وأهمية الشراكات بين الموردين والموزعين، بالإضافة إلى استعراض الضمانات والمعايير العامة التي تضمن جودة وكفاءة الخدمات اللوجستية. ويشمل المقرر دراسة النماذج الناجحة في إدارة الإمدادات، وكيفية تعزيز استدامة سلسلة الإمداد ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.</p>			

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	تسويق خدمات 1		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-2307		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	175		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	أ.م.د فراس حسن رشيد	e-mail	<a href="mailto:alrshydfiras780@tu.edu.iq">alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	assistant professor	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name	م.م انوار غازي نعمان	e-mail	<a href="mailto:anwar.g.noaman@tu.edu.iq">anwar.g.noaman@tu.edu.iq</a>
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. تزويد الطالب بمفاهيم الخدمة وخصائصها ودورها في المنظمات التسويقية على نحو خاص.</li><li>2. تعريف طلاب المرحلة بعناصر المزيج التسويقي الخدمي والتي تصبح كقاعدة اساسية يتم الاعتماد عليها في تطوير سياسات المنظمات التسويقية الخدمية وتنميتها.</li><li>3. اعطاء الطالب فكرة عن العوامل المؤثرة بعناصر المزيج التسويقي الخدمي</li></ol>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. التعرف على اهم مفردات مادة تسويق الخدمات وهي تعد من اساسيات علم التسويق.</li><li>2. التعرف على البيئة التسويقية للخدمة.</li><li>3. التعرف على عناصر المزيج التسويقي الخدمي في المنظمة.</li><li>4. التعرف المكانة الذهنية للخدمات</li><li>5. التعرف على الية التسويق الالكتروني للمنتجات</li><li>6. التعرف على علاقة المنظمة الخدمية بالزبائن .</li><li>7. التعرف على جودة الخدمات المقدمة من قبل المنظمة.</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p>Indicative content includes the following.</p> <p><u>مقدمة عن تسويق الخدمة في منظمات الاعمال</u> <u>مفهوم واهداف الخدمة وبيئتها</u> <u>خصائص الخدمة</u> <u>تصميم الخدمات</u> <u>المكانة الذهنية للخدمة</u> <u>جودة الخدمة</u> <u>عناصر المزيج التسويق الخدمي</u> <u>مفهوم الخدمة</u> <u>الخدمة الالكترونية</u> <u>تسعير الخدمة</u> <u>ترويج الخدمة</u> <u>توزيع الخدمة</u> <u>الافراد العاملون</u> <u>الدلائل المادية</u> <u>العمليات</u> <u>علاقة المنظمة الخدمية مع الزبائن</u> <u>امتحان فصلي</u></p>
<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	63	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	6
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	112	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	7
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	175		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	<b>Quizzes</b>	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	<b>On line Assignments</b>	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	<b>Seminar</b>	2	5% (5)	6 and 13	All
	<b>Report</b>	1	5% (5)	13	LO #1, #4, and #7
	<b>Onsite Assignments</b>	4	5% (5)	Continuous	All
<b>Summative assessment</b>	<b>Midterm Exam</b>	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #7
	<b>Final Exam</b>	3hr	50% (50)	16	All
<b>Total assessment</b>			100% (100 Marks)		

<b>Delivery Plan (Weekly Syllabus)</b> المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	التعرف على مفهوم الخدمة وخصائصها
Week 2	مفهوم الخدمة والمزيج التسويقي للخدمة
Week 3	تسعير الخدمات
Week 4	ترويج الخدمات
Week 5	توزيع الخدمات
Week 6	الافراد العاملون والعمليات والدلائل المادية
Week 7	امتحان 1
Week 8	مفهوم المكانة الذهنية للخدمة
Week 9	خطوات بناء المكانة الذهنية للخدمة
Week 10	تصميم ومعايير الخدمات
Week 11	بناء العلاقات مع الزبائن في المنظمات الخدمية
Week 12	مفهوم جودة الخدمة
Week 13	التسويق الالكتروني للخدمات
Week 14	تطبيقات تسويق الخدمة في المنظمات الصحية والمصرفية والتعليمية
Week 15	امتحان 2

<b>Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)</b> المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	_____
Week 2	_____
Week 3	_____
Week 4	_____
Week 5	_____
Week 6	_____
Week 7	_____

Learning and Teaching Resources مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	رانيا المجني، 2020، تسويق الخدمات، الجامعة الافتراضية السورية	Yes
Recommended Texts	Alan Wilson, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. (2019), "SERVICEE Marketing INTEGRATING CUSTOMER FOCUS ACROSS THE FIRM", Third European Edition, UK.	Yes
Websites		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

**Note:** Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

#### Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2307	تسويق خدمات	7	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم الخدمة وخصائصها وانواعها، وعناصر المزيج التسويقي الخدمي المكون من سبعة عناصر رئيسية، وكذلك التعرف على البيئة التسويقية المؤثرة في تسويق الخدمة، وجودة الخدمة المقدمة، والتسويق الإلكتروني للخدمة، وكذلك التعرف على المكانة الذهنية، وبيان دور وكذلك التعرف على العلاقة بين المنظمة الخدمية والزبائن، وكذلك تقديم تطبيقات لتسويق الخدمة في المنظمات الصحية والمصرفية والتعليمية.</p>			

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	إدارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية		Module Delivery
Module Type			<input checked="" type="checkbox"/> Theory
Module Code	mmm-24012		<input type="checkbox"/> Lecture
ECTS Credits			<input type="checkbox"/> Lab
SWL (hr/sem)	150		<input type="checkbox"/> Tutorial
			<input checked="" type="checkbox"/> Practical
			<input type="checkbox"/> Seminar
Module Level	1	Semester of Delivery	2
Administering Department	Marketing management	College	
Module Leader	Firas Farhan Jedi	e-mail	Firasffj@tu.edu.iq
Module Leader's Acad. Title		Module Leader's Qualification	
Module Tutor	Marwan Hussein Abed	e-mail	Marwan.h.29@tu.edu.iq
Peer Reviewer Name	اللجنة العلمية	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية	1/9/2025	Version Number	0.2

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	تعريف الطالب بمفاهيم ادارة العلامة التجارية والمكانة الذهنية بوصفها احد المواد المهمة التي يحتاج طلبة ادارة التسويق دراستها والتعرف عليها وتوضيح اهم الجوانب الخاصة بمفهوم العلامة التجارية والمكانة الذهنية وخصائصه وشروطه للطلبة،
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	فهم مفهوم العلامة التجارية وأهميتها في البيئة التسويقية الحديثة. التمييز بين عناصر العلامة التجارية مثل الاسم والشعار والهوية والصورة الذهنية. تحليل سلوك المستهلك وعلاقته ببناء المكانة الذهنية للعلامة التجارية. تطبيق استراتيجيات بناء وإدارة العلامات التجارية بفاعلية. تصميم هوية علامة تجارية تتوافق مع أهداف المنظمة والسوق المستهدف. تقييم قوة العلامة التجارية وقياس ولاء العملاء تجاهها. استخدام أدوات التسويق المختلفة لتعزيز المكانة الذهنية للعلامة التجارية. تحليل المنافسين وتحديد الموقع التنافسي للعلامة التجارية في السوق. تطوير خطط تسويقية تساهم في تعزيز الصورة الذهنية وتحقيق الميزة التنافسية. اكتساب مهارات اتخاذ القرار التسويقي المتعلق بإدارة العلامة التجارية والمحافظة عليها.
<b>Indicative Contents</b>	الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية
المحتويات الإرشادية	الفصل الثاني :- معايير اختيار عناصر العلامة التجارية
	الفصل الثالث: خيارات عناصر العلامة التجارية
	الفصل الرابع: خيارات عناصر العلامة التجارية
	الفصل الخامس : استراتيجيات تطوير العلامات التجارية
	الفصل السادس : مفهوم العلامات التجارية الجديدة
	الفصل السابع : قيمة العلامة التجارية
	الفصل الثامن : مصادر قيمة العلامة التجارية وقياسها
	الفصل التاسع : المزايا التسويقية للعلامات التجارية القوية
	الفصل العاشر : الوعي بالعلامة التجارية والولاء لها
	الفصل الحادي عشر : مفهوم المكانة الذهنية وأهميتها
	الفصل الثاني عشر انواع المكانة الذهنية
	الفصل الثالث عشر :خصائص وسمات المكانة الذهنية
	الفصل الرابع عشر :استراتيجيات المكانة الذهنية
	الفصل الخامس عشر :العوامل المؤثرة في اعداد استراتيجيات المكانة الذهنية

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

<b>Strategies</b>	لاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهتم الطلاب.
-------------------	---

## Student Workload (SWL)

### الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	102	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	1
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>150</b>		

## Module Evaluation

### تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	الامتحانات اليومية	1hr/2	10% (10)	5+10	
	المهام الواجبات	1hr/2	10% (10)	3+12	-12
	المناقشات وفرق العمل	1hr/15	10% (10)	اثناء الفصل الدراسي	
	التقرير	1/1	10% (10)	13	
<b>Summative assessment</b>	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

## Delivery Plan (Weekly Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	الفصل الأول : مفهوم العلامة التجارية
Week 2	الفصل الثاني :- معايير اختيار عناصر العلامة التجارية
Week 3	الفصل الثالث: خيارات عناصر العلامة التجارية
Week 4	الفصل الرابع: خيارات عناصر العلامة التجارية
Week 5	الفصل الخامس : استراتيجيات تطوير العلامات التجارية
Week 6	الفصل السادس : مفهوم العلامات التجارية الجديدة
Week 7	الفصل السابع: قيمة العلامة التجارية
Week 8	الفصل الثامن : مصادر قيمة العلامة التجارية وقياسها
Week 9	الفصل التاسع : المزايا التسويقية للعلامات التجارية القوية
Week 10	الفصل العاشر : الوعي بالعلامة التجارية والولاء لها
Week 11	الفصل الحادي عشر : مفهوم المكانة الذهنية واهميتها
Week 12	الفصل الثاني عشر انواع المكانة الذهنية
Week 13	الفصل الثالث عشر :خصائص وسمات المكانة الذهنية
Week 14	الفصل الرابع عشر :استراتيجيات المكانة الذهنية
Week 15	الفصل الخامس عشر :العوامل المؤثرة في اعداد استراتيجيات المكانة الذهنية
Week 16	

## Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

Learning and Teaching Resources مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	الرسائل والاطاريح والكتب العلمية	نعم
النصوص الموصى بها	مهارات واساليب متنوعة للتعامل مع مهارات إدارة العلامة التجارية	لا
المواقع الإلكترونية		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C - Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب
<p>ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التغاضي عن "فشل التميريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.</p>				

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مبادئ أساليب كمية وتطبيقات spss - 2		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory
Module Code	MMM-23010		<input type="checkbox"/> Lecture
ECTS Credits	7		<input type="checkbox"/> Lab
SWL (hr/sem)	175		<input type="checkbox"/> Tutorial
			<input type="checkbox"/> Practical
			<input type="checkbox"/> Seminar
Module Level	2	Semester of Delivery	3
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Hiba Rabeea Sheran	e-mail	<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	Assistant Professor Doctor	Module Leader's Qualification	PhD.
Module Tutor	ABDULJALEEL ISMAEL OTHMAN	e-mail	<a href="mailto:a.i.othman@tu.edu.ip">a.i.othman@tu.edu.ip</a>
Peer Reviewer Name	Assistant Lecturer	e-mail	
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول الى الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية</li><li>2. تعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية والغير معلمية</li></ol>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ماهية السمبلكس الثنائي</li><li>2. طرق الحل بأسلوب <math>m</math></li><li>3. التحليل الحساس والتغير في معاملات الاساس</li><li>5. التحليل الحساس والتغير في معاملات الجانب الايمن</li><li>6. التعرف على كيفية إيجاد المجموعة الصفرية</li><li>7. الحل الأمثل باستخدام نظرية المباراة</li><li>8. طرق الحل باقل كلفة وطريقة فوجل</li><li>9. الاحصاء الوصفي</li><li>10. البيانات الاسمية والرتبية</li><li>11. البيانات الكمية</li><li>12. الرسوم البيانية</li><li>13. الخط البياني</li><li>14. الارتباط البسيط</li><li>15. مواضيع متقدمة في تحليل الاستبيانات</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p><u>السمبلكس الثنائي</u> <u>أسلوب <math>m</math></u> <u>التحليل الحساس</u> <u>الحل المثل باستخدام نظرية المباراة وطريقة فوجل</u> <u>الاحصاء الوصفي</u> <u>البيانات الاسمية والرتبية</u> <u>الارتباط</u></p>
<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	63	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	6
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	112	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	7
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	175		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	<b>Quizzes</b>	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	<b>On line Assignments</b>	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	<b>Seminar</b>	2	5% (5)	6 and 13	All
	<b>Report</b>	1	5% (5)	13	LO #1, #4,and #7
	<b>Onsite Assignments</b>	4	5% (5)	Continuous	All
<b>Summative assessment</b>	<b>Midterm Exam</b>	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #7
	<b>Final Exam</b>	3hr	50% (50)	16	All
<b>Total assessment</b>			100% (100 Marks)		

<b>Delivery Plan (Weekly Syllabus)</b> المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
<b>Week 1</b>	ماهية السمبلكس الثنائي
<b>Week 2</b>	طرق الحل بأسلوب m
<b>Week 3</b>	التحليل الحساس والتغير في معاملات الأساس
<b>Week 4</b>	التحليل الحساس والتغير في معاملات الجانب الايمن
<b>Week 5</b>	التعرف على كيفية إيجاد المجموعة الصفيرية
<b>Week 6</b>	طرق الحل باقل كلفة وطريقة فوجل

Week 7	امتحان 1
Week 8	الاحصاء الوصفي
Week 9	البيانات الاسمية والرتبية
Week 10	البيانات الكمية
Week 11	الرسوم البيانية
Week 12	الخط البياني
Week 13	الارتباط البسيط
Week 14	مواضيع متقدمة في تحليل الاستبيانات
Week 15	امتحان 2

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	الاحصاء الوصفي
Week 2	البيانات الاسمية والرتبية
Week 3	البيانات الكمية
Week 4	الرسوم البيانية
Week 5	الخط البياني
Week 6	الارتباط البسيط
Week 7	مواضيع متقدمة في تحليل الاستبيانات

### Learning and Teaching Resources

#### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
Required Texts	بحوث العمليات – دلال صادق الجواد ، حمي ناصر الفنتال 2008 الأساليب الكمية في التسويق – محمود الصميدعي ، ردينة عثمان التحليل الاحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج IBM SPSS Statistic غيث البحر و د. معن التتجي	Yes
Recommended Texts	محاضرات من الانترنت عن الأساليب الكمية	Yes
Websites		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C – Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

**Note:** Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54). The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

### Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2307	مبادئ أساليب كمية وتطبيقات spss	7	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
<p>تهدف هذه المادة الى تعليم الطالب سبل تحويل المشاكل النظرية الى كمية ومن ثم حلها والوصول الى الحل الأمثل في المنظمات التسويقية فضلا عن اكتساب الطلبة مهارات التعامل مع النماذج المنطقية وتعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية والغير معلمية</p>			

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	مهارات تسويقية بالذكاء الاصطناعي		Module Delivery
Module Type	B		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input checked="" type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	1203CAS		
ECTS Credits	3		
SWL (hr/sem)	75		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	Accounting	College	
Module Leader	د. قصي عبودي علي	e-mail	<a href="mailto:Dr.qusay.a.ali@tu.edu.iq">Dr.qusay.a.ali@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	استاذ مساعد	Module Leader's Qualification	دكتوراه
Module Tutor	م.م. وضاح خضر احمد	e-mail	<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية		Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تعريف الطالب بالبرامج التطبيقية مثل Excel الخاص بالجدول الإلكتروني</li> <li>تعريف الطالب بالمعادلات الحسابية</li> <li>تعريف الطالب بمكتبة الدوال المحاسبية</li> <li>تعريف الطالب بالدوال الجاهزة</li> </ul>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>المهارات الأساسية في استخدام الاكسل</li> <li>إنشاء وتعديل جداول البيانات (مثل Microsoft Excel أو Google Sheets).</li> <li>فهم أساسيات الاكسل وحماية البيانات.</li> <li>المعادلات الحسابية</li> <li>التعامل مع مكتبة الدوال</li> <li>تنسيق الخلايا والمخططات</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>مقدمة إلى الاكسل</li> <li>جداول البيانات: استخدام برامج مثل Microsoft Excel</li> <li>الدوال المحاسبية</li> </ol>

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

<p><b>Strategies</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>**أنشطة تطبيقية** : استخدم مشاريع واقعية لتعزيز المهارات.</li> <li>**مجموعات دراسة** : تشجيع الطلاب على العمل معاً لحل المشكلات.</li> <li>**دروس تفاعلية** : استخدم أدوات تعليمية مثل الدروس التفاعلية عبر الإنترنت.</li> <li>**أمثلة واقعية** : تقديم حالات دراسية لتحفيز الاهتمام.</li> <li>**تقييمات دورية** : تقديم اختبارات وتقييمات دورية لمراجعة التقدم.</li> </ol>
--------------------------	---

## Student Workload (SWL)

### الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ اسبوعاً

<p><b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل</p>	63	<p><b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعياً</p>	4
<p><b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل</p>	87	<p><b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعياً</p>	6
<p><b>Total SWL (h/sem)</b></p>	150		

الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	
---------------------------------------	--

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات اليومية	1hr/2	10% (5)	5,10	نظام ويندوز
	المهمات الواجبات	1hr/5	10% (2)	3,6,9,12,15	نظام ويندوز
	المشاريع/ المختبر	1hr/2	10% (5)	8,14	تطبيقات ويندوز
	التقرير	1hr	10% (10)	15	all
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)	7	نظام ويندوز
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)	16	all
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	اساسيات الحاسوب (الحاسوب الالكتروني ) أنواع الحواسيب تصنيفات الحواسيب
Week 2	كيفية عمل الحاسوب أجزاء جهاز الحاسوب أجهزة الادخال أجهزة الإخراج أجهزة المعالجة أنواع الذاكرة
Week 3	البت و البايث وأنظمة العد في الحواسيب ، أنواع لغات البرمجة
Week 4	تعريف الذكاء الاصطناعي وأنواعه تاريخ تطور الذكاء الاصطناعي.
Week 5	امن الحاسوب وترخيص البرامج فايروسات الحاسوب والاختراق الالكتروني برمجيات خبيثة
Week 6	امن ملفات نظام التشغيل
Week 7	الأنظمة الخبيثة

Week 8	امتحان الشهر الأول + امتحان عملي
Week 9	تعلم الآلة
Week 10	معالجة اللغات الطبيعية
Week 11	البيانات الضخمة وقواعد البيانات الذكية
Week 12	تطبيقات عملية
Week 13	أتمتة العمليات الروبوتية
Week 14	التنبؤ المالي
Week 15	امتحان الشهر الثاني + امتحان عملي
Week 16	أسبوع تحضير قبل الامتحان النهائي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	المواد المغطاة
Week 1	تطبيق عملي واجهة اكسل
Week 2	تطبيق عملي أوراق العمل
Week 3	تطبيق عملي ادراج قيم الخلايا
Week 4	تطبيق عملي تنسيق الخلايا
Week 5	تطبيق عملي الدوال الجاهزة
Week 6	تطبيق عملي الصيغ الرياضية
Week 7	تطبيق عملي العمليات المحاسبية

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	محمد مالك ,ابن بلال الزغبي	لا
النصوص الموصى بها	مقدمة في الاكسل /تأليف محمد مالك واخرون	لا
المواقع الإلكترونية		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء

	C – Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
<b>Fail Group (0 – 49)</b>	<b>FX – Fail</b>	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	<b>F – Fail</b>	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب
<p>ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54). لدى الجامعة سياسة عدم التغاضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.</p>				

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	نظام معلومات تسويقية		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-24013		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	175		
Module Level	1	Semester of Delivery	
Administering Department	MMM	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Firas Hassn Rasheed	e-mail	<a href="mailto:alrshydfiras780@tu.edu.iq">alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	assistant professor	Module Leader's Qualification	MSc.
Module Tutor	N.A	e-mail	E-mail
Peer Reviewer Name		e-mail	
Scientific Committee Approval Date	01/9 /2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. تزويد الطالب بمفاهيم أنظمة المعلومات التسويقية وخصائصها ودورها في المنظمات التسويقية على نحو خاص.</li><li>2. تعريف طلاب المرحلة بعناصر أنظمة المعلومات التسويقية والتي تصبح كقاعدة اساسية يتم الاعتماد عليها في تطوير سياسات المنظمات التسويقية الخدمية وتنميتها.</li><li>3. اعطاء الطالب فكرة عن أنظمة المعلومات التسويقية</li></ol>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1. التعرف على اهم مفردات مادة نظام المعلومات التسويقية وهي تعد من اساسيات علم التسويق.</li><li>2. التعرف على البيئة التسويقية للخدمة.</li><li>3. التعرف على عناصر نظام المعلومات التسويقية في المنظمة.</li><li>4. التعرف المكانة الذهنية للخدمات</li><li>5. التعرف على الية التسويق الالكتروني للمنتجات</li><li>6. التعرف على علاقة المنظمة الخدمية بالزبائن .</li><li>7. التعرف على جودة الخدمات المقدمة من قبل المنظمة.</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p>Indicative content includes the following.</p> <p><u>مقدمة عن نظام المعلومات التسويقية في منظمات الاعمال</u> <u>مفهوم واهداف نظام المعلومات التسويقية</u> <u>خصائص المعلومات التسويقية</u> <u>تصميم نظام المعلومات التسويقية</u> <u>أنواع المعلومات التسويقية</u> <u>مصادر المعلومات التسويقية</u> <u>أهمية المعلومات التسويقية في عالم الاعمال</u> <u>مفهوم المعلومات التسويقية</u> <u>مفهوم نظام دعم القرارات التسويقية</u> <u>ماهية نظام دعم القرارات التسويقية</u> <u>مكونات المعلومات التسويقية</u> <u>مكونات المعلومات التسويقية</u> <u>عناصر المعلومات التسويقية</u> <u>عناصر نظام المعلومات التسويقية</u></p>
<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تتطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهتم الطلاب.</p>

### Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا

<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	63	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	6
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	112	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	7
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	175		

### Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6, #7
	On line Assignments	2	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #6,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #4,and #7
	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
Summative assessment	Midterm Exam	2hr	20% (10)	7, 15	LO #1 - #7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	التعرف على مفهوم المعلومات التسويقية
Week 2	التعرف على أنواع المعلومات التسويقية
Week 3	التعرف على مصادر المعلومات التسويقية
Week 4	التعرف على أهمية المعلومات التسويقية
Week 5	التعرف على خصائص المعلومات التسويقية
Week 6	التعرف على النظام بشكل عام
Week 7	التعرف على نظام المعلومات التسويقية
Week 8	التعرف على أهمية نظام المعلومات التسويقية
Week 9	التعرف على خصائص نظام المعلومات التسويقية
Week 10	التعرف على مكونات نظام المعلومات التسويقية
Week 11	التعرف على مصادر نظام المعلومات التسويقية
Week 12	التعرف على نظام دعم القرارات التسويقية
Week 13	التعرف على آلية عمل نظام دعم القرارات التسويقية
Week 14	مراجعة شاملة للمادة
Week 15	امتحان 2

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
Week 1	_____
Week 2	_____
Week 3	_____
Week 4	_____
Week 5	_____
Week 6	_____
Week 7	_____

## Learning and Teaching Resources

### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
<b>Required Texts</b>	رانيا المجني، 2020، تسويق الخدمات، الجامعة الافتراضية السورية	Yes
<b>Recommended Texts</b>	Alan Wilson, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. (2019), "SERVICEE Marketing INTEGRATING CUSTOMER FOCUS ACROSS THE FIRM", Third European Edition, UK.	Yes
<b>Websites</b>		

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
<b>Success Group (50 - 100)</b>	<b>A - Excellent</b>	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	<b>B - Very Good</b>	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	<b>C - Good</b>	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	<b>D - Satisfactory</b>	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	<b>E - Sufficient</b>	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
<b>Fail Group (0 - 49)</b>	<b>FX - Fail</b>	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	<b>F - Fail</b>	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

**Note:** Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54). The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

### Module 1

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2307	نظام المعلومات التسويقية	7	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بمفهوم أنظمة المعلومات التسويقية وخصائصها وانواعها، وعناصر المزيج التسويقي الخدمي المكون من سبعة عناصر رئيسية، وكذلك التعرف على البيئة التسويقية المؤثرة في أنظمة المعلومات التسويقية، وجودة الخدمة المقدمة، والتسويق الالكتروني للخدمة، وكذلك التعرف على المكانة الذهنية، وبيان دور وكذلك التعرف على العلاقة بين أنظمة المعلومات التسويقية وبين المنظمة الخدمية والزبائن، وكذلك تقديم تطبيقات حديثة في مجال التسويق.			

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	Marketing Mix Fundamentals		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Code	MMM-2308		
ECTS Credits	7		
SWL (hr/sem)	175		
Module Level	2	Semester of Delivery	2
Administering Department	Marketing management	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Their Jassim Mohammed		e-mail: thair.law@tu.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	assistant professor	Module Leader's Qualification	Dr.
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	Husham sami dheyab	e-mail	Husham.sami@tu.edu.iq
Scientific Committee Approval Date	2025-9-1	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. أن يتمكن الطالب من فهم الإطار النظري للتسويق والتعرف على محتوياته بالتفصيل</li> <li>2. أن يفهم أهمية دراسة التسويق في الحياة العملية وفهم عناصر المزيج التسويقي</li> <li>3. أن يتمكن الطالب من تطبيق أساليب الترويج وكيفية التعامل مع الزبائن</li> <li>4. أن يمارس الأساليب الخاصة بالشراء والبيع والأنشطة التسويقية الأخرى</li> <li>5. أن يتعرف الطالب على المنافذ التوزيعية ويطبق الطرق الخاصة بتوزيع السلع والخدمات</li> <li>6. تمكن الطالب من تطبيق المفاهيم الخاصة بالتجارة الالكترونية في مجال عمله</li> <li>7. أن يستطيع الطالب تشخيص المشاكل الخاصة بالأنشطة التسويقية وكيفية معالجتها</li> </ol>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- فهم التطور التاريخي للتسويق وعلاقة التسويق بالبيئة</li> <li>2- فهم ما هو المنتج والخدمة وكيفية استخدام الطرق الحديثة في تسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات.</li> <li>3- فهم خطوات عملية تطوير المنتجات لكسب ولاء الزبون</li> <li>4- فهم خطوات تجزئة السوق وأهميتها في التعامل مع المستهلك</li> <li>5- فهم تطوير ماهي المنتجات الجديدة ودورة حيات المنتج وأسباب نجاح وفشل المنتجات الجديدة</li> <li>6- فهم ما هو التسعير وكيف يتم تسعير المنتجات وما هي العوامل المؤثرة في تحديد سعر المنتج.</li> <li>7- تعليم الطلبة ما هي استراتيجيات تسعير المنتجات والخدمات.</li> <li>فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف الترويج وماهي المزيج الترويجي وعناصره.</li> <li>8- فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف التوزيع وماهي وظائفه وما ذا نعني بالمنافذ التوزيعية وأنواع المنافذ وما هي استراتيجيات التوزيع .</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>تركز مادة امدادات التسويق على المفردات الاتية:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. فهم التطور التاريخي للتسويق وعلاقة التسويق بالبيئة</li> <li>2. فهم ما هو المنتج والخدمة وكيفية استخدام الطرق الحديثة في تسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات.</li> <li>3. فهم خطوات عملية تطوير المنتجات لكسب ولاء الزبون</li> <li>4. فهم خطوات تجزئة السوق وأهميتها في التعامل مع المستهلك</li> <li>5. فهم تطوير ماهي المنتجات الجديدة ودورة حيات المنتج وأسباب نجاح وفشل المنتجات الجديدة</li> <li>6. فهم ما هو التسعير وكيف يتم تسعير المنتجات وما هي العوامل المؤثرة في تحديد سعر المنتج.</li> <li>7. تعليم الطلبة ما هي استراتيجيات تسعير المنتجات والخدمات.</li> <li>فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف الترويج وماهي المزيج الترويجي وعناصره.</li> <li>8. فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف التوزيع وماهي وظائفه وما ذا نعني بالمنافذ التوزيعية وأنواع المنافذ وما هي استراتيجيات التوزيع .</li> </ol>

## Learning and Teaching Strategies

### استراتيجيات التعلم والتعليم

<p><b>Strategies</b></p>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.</p>
--------------------------	--

Student Workload (SWL)			
الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
Structured SWL (h/sem)		Structured SWL (h/w)	5
الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل		الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	
Unstructured SWL (h/sem)		Unstructured SWL (h/w)	6
الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل		الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	
Total SWL (h/sem)	175		
الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل			

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
As		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	4	10% (20)	4 and 13	LO #1, #2, #3,#4, #5, #6,
	On line Assignments	5	5% (5)	2 and 12	LO #3, #4 and #5,
	Seminar	2	5% (5)	6 and 13	All
	Report	1	5% (5)	13	LO #1, #3, and #5
Summative assessment	Onsite Assignments	4	5% (5)	Continuous	All
	Midterm Exam	2hr	20% (10)	8	LO #1 - #2 and #6
	Final Exam	3hr	50% (50)	15	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المناهج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	مفهوم واهمية واهداف وعناصر المزيج التسويقي ، مفهوم المنتج وأهميته ، مستويات المنتج
Week 2	قرارات المنتجات، تطوير المنتجات الجديدة
Week 3	الانتقادات الموجهة لمفهوم دورة حياة المنتج، اسباب نجاح وفشل المنتجات الجديدة
Week 4	مراحل تبني المستهلك للمنتجات الجديدة، استراتيجيات تطوير المنتجات ،
Week 5	خصائص تبني المنتجات الجديدة، تأثير خصائص المنتج على معدل تبني المنتجات الجديدة، خصائص مجموعات تبني المنتجات الجديدة
Week 6	مقدمة في التسعير، مفهوم واهداف التسعير، مرونة الطلب واستراتيجيات التسعير
Week 7	السعر والمزيج التسويقي ، العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في التسعير ، طرق واستراتيجيات التسعير
Week 8	استراتيجيات تسعير المنتجات الرقمية
Week 9	تأثير البيئة والدورة الاقتصادية على التسعير ، استراتيجيات تسعير الخدمات
Week 10	التسعير حسب دورة حياة المنتج
Week 11	الاستراتيجيات البديلة للتسعير
Week 12	استراتيجيات تسعير المنتجات الجديدة

Week 13	التسعير الدولي وانواعه
Week 14	حالات عملية في التسعير
Week 15	الامتحان الفصلي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	-
Week 2	-
Week 3	-
Week 4	-
Week 5	-
Week 6	-
Week 7	-

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	الرسائل والاطراح والكتب العلمية	Yes
Recommended Texts	مهارات واساليب متنوعة للتعامل مع مهارات امدادات التسويق	Yes
Websites		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
<p><b>Note:</b> Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.</p>				

**Module 14**

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
MMM-2308	امدادات التسويق	7	3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
3	1	63	112
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بالمفاهيم مبادئ المزيج التسويقي ومكوناتها وعناصرها وأنواعها، ودورها في دعم الأنشطة التسويقية. كما يسلط الضوء على الاتجاهات الحديثة في إدارة التسويق وتأثير العولمة والتكنولوجيا على كفاءة المزيج التسويقي المقرر بالإضافة إلى استعراض الضمانات والمعايير العامة التي تضمن جودة وكفاءة الخدمات المزيج التسويقي .</p>			

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	Marketing Mix Fundamentals		Module Delivery
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory
Module Code	mm-1103		<input checked="" type="checkbox"/> Lecture
ECTS Credits	7		<input type="checkbox"/> Lab
SWL (hr/sem)	175		<input type="checkbox"/> Tutorial
			<input type="checkbox"/> Practical
			<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Module Level	2	Semester of Delivery	2
Administering Department	Marketing management	College of Administration and Economics	MCOAE
Module Leader	Thair Jassim Mohammed	e-mail	thair.law@tu.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	assistant professor	Module Leader's Qualification	Dr.
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	Mahmood fawzi hameed	e-mail	<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>
Scientific Committee Approval Date	2026/9/20	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. أن يتمكن الطالب من فهم الإطار النظري للتسويق والتعرف على محتوياته بالتفصيل</li> <li>2. أن يفهم أهمية دراسة التسويق في الحياة العملية وفهم عناصر المزيج التسويقي</li> <li>3. أن يتمكن الطالب من تطبيق أساليب الترويج وكيفية التعامل مع الزبائن</li> <li>4. أن يمارس الأساليب الخاصة بالشراء والبيع والأنشطة التسويقية الأخرى</li> <li>5. أن يتعرف الطالب على المنافذ التوزيعية ويطبق الطرق الخاصة بتوزيع السلع والخدمات</li> <li>6. تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم الخاصة بالتجارة الالكترونية في مجال عمله</li> <li>7. أن يستطيع الطالب تشخيص المشاكل الخاصة بالأنشطة التسويقية وكيفية معالجتها</li> </ol>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- فهم التطور التاريخي للتسويق وعلاقة التسويق بالبيئة</li> <li>2- فهم ما هو المنتج والخدمة وكيفية استخدام الطرق الحديثة في تسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات.</li> <li>3- فهم خطوات عملية تطوير المنتجات لكسب ولاء الزبون</li> <li>4- فهم خطوات تجزئة السوق وأهميتها في التعامل مع المستهلك</li> <li>5- فهم تطوير ماهي المنتجات الجديدة ودورة حيات المنتج وأسباب نجاح وفشل المنتجات الجديدة</li> <li>6- فهم ما هو التسعير وكيف يتم تسعير المنتجات وما هي العوامل المؤثرة في تحديد سعر المنتج.</li> <li>7- تعليم الطلبة ما هي استراتيجيات تسعير المنتجات والخدمات.</li> <li>فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف الترويج وماهي المزيج الترويجي وعناصره.</li> <li>8- فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف التوزيع وماهي وظائفه وما ذا نعني بالمنافذ التوزيعية وأنواع المنافذ وما هي استراتيجيات التوزيع .</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<p>تركز مادة مبادئ المزيج التسويقي التسويق على المفردات الآتية:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. فهم التطور التاريخي للتسويق وعلاقة التسويق بالبيئة</li> <li>2. فهم ما هو المنتج والخدمة وكيفية استخدام الطرق الحديثة في تسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات.</li> <li>3. فهم خطوات عملية تطوير المنتجات لكسب ولاء الزبون</li> <li>4. فهم خطوات تجزئة السوق وأهميتها في التعامل مع المستهلك</li> <li>5. فهم تطوير ماهي المنتجات الجديدة ودورة حيات المنتج وأسباب نجاح وفشل المنتجات الجديدة</li> <li>6. فهم ما هو التسعير وكيف يتم تسعير المنتجات وما هي العوامل المؤثرة في تحديد سعر المنتج.</li> <li>7. تعليم الطلبة ما هي استراتيجيات تسعير المنتجات والخدمات.</li> <li>فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف الترويج وماهي المزيج الترويجي وعناصره.</li> <li>8. فهم ومعرفة مفهوم واهمية واهداف التوزيع وماهي وظائفه وما ذا نعني بالمنافذ التوزيعية وأنواع المنافذ وما هي استراتيجيات التوزيع .</li> </ol> <p style="text-align: right;">9.</p>

## Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

<b>Strategies</b>	الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهتم الطلاب.
-------------------	--

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعاً			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل		<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعياً	5
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل		<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعياً	6
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	175		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
As		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b>	Quizzes				
	On line Assignments				
	Seminar				
	Report				
<b>Summative assessment</b>	Onsite Assignments				
	Midterm Exam				
	Final Exam				
<b>Total assessment</b>			100% (100 Marks)		

<b>Delivery Plan (Weekly Syllabus)</b> المنهاج الأسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	مفهوم وأهمية منافذ التوزيع ، التوزيع والمزيج التسويقي ، أهداف ووظائف منافذ التوزيع ، مستويات التوزيع
Week 2	بيئة منافذ التوزيع ، الصراعات داخل المنافذ التوزيعية، المنافذ التوزيعية البديلة
Week 3	أنواع الموزعين ومحددات اختيار البديل التوزيعي ، الاستراتيجيات التوزيعية
Week 4	تحديد الاحتياجات الخدمية للعميل وتحديد أهداف المنافذ التوزيعية ، تحديد البدائل وتقييم البدائل واختيار منافذ التوزيع
Week 5	اختيار الموزعين وتحديد شروط ومسؤوليات أعضاء منفذ التوزيع
Week 6	منافذ التوزيع المادي
Week 7	تقييم أداء الموزعين
Week 8	مفهوم الترويج التقليدي ، أهمية الترويج التقليدي للمنظمة والزبون ، أهداف الترويج التقليدي
Week 9	العوامل المحددة لعناصر المزيج الترويجي ، عناصر المزيج الترويجي ، الاعلان ، البيع الشخصي، العلاقات العامة ، التسويق المباشر
Week 10	ترويج المبيعات

Week 11	مفهوم الترويج الالكتروني
Week 12	اهمية الترويج الالكتروني للمنظمة والزبون
Week 13	اهداف الترويج الالكتروني
Week 14	ادوات الترويج الالكتروني
Week 15	الامتحان الفصلي

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي للمختبر	
	Material Covered
Week 1	-
Week 2	-
Week 3	-
Week 4	-
Week 5	-
Week 6	-
Week 7	-

Learning and Teaching Resources		
مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	الرسائل والاطارح والكتب العلمية	Yes
Recommended Texts	مهارات واساليب متنوعة للتعامل مع مهارات امدادات التسويق	Yes
Websites		

Grading Scheme				
مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

**Note:** Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.

**Module 14**

Code	Course/Module Title	ECTS	Semester
	مبادئ المزيج التسويقي		3
Class (hr/w)	Lect/Lab./Prac./Tutor	SSWL (hr/sem)	USSWL (hr/w)
Description			
<p>يستهدف هذا المقرر تزويد الطالب بالمفاهيم مبادئ المزيج التسويقي ومكوناتها وعناصرها وأنواعها، ودورها في دعم الأنشطة التسويقية. كما يسلط الضوء على الاتجاهات الحديثة في إدارة التسويق وتأثير العولمة والتكنولوجيا على كفاءة المزيج التسويقي المقرر بالإضافة إلى استعراض الضمانات والمعايير العامة التي تضمن جودة وكفاءة الخدمات المزيج التسويقي .</p>			

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information				
معلومات المادة الدراسية				
Module Title	اللغة الانكليزية		Module Delivery	
Module Type	Core		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input checked="" type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	UOM-201			
ECTS Credits	2			
SWL (hr/sem)	50			
Module Level	2	Semester of Delivery		3
Accounting Department	MAC	College	UOMM	
Module Leader	عدنان فيحان محمود خضر		e-mail	<a href="mailto:adnan.afm66@tu.edu.iq">adnan.afm66@tu.edu.iq</a>
Module Leader's Acad. Title	Proff. assistant.	Module Leader's Qualification		
Module Tutor		e-mail		
Peer Reviewer Name		e-mail		
Scientific Committee Approval Date	01/10/2025	Version Number	1.0	

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	لا يوجد	Semester	
مواد ممهدة			
Co-requisites module	لا يوجد	Semester	
مواد مكملة			

## Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

### أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<b>Module Objectives</b> أهداف المادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1- تعليم الطلاب كيفية طرح الأسئلة ومراجعة الأزمنة ١-</li><li>2- تعليم الطلاب كيفية التمييز بين الكلمة الصحيحة والكلمة الخاطئة والتعبيرات الاجتماعية ٢-</li><li>3- have/have got تعليم الطلاب كيفية استخدام زمن المضارع، واستخدام الفعل المساعد ٣-</li><li>4- تعليم الطلاب كيفية التعبير عن الأشياء التي أحب القيام بها، وكيفية بدء محادثة ٤-</li><li>5- تعليم الطلاب كيفية استخدام زمن الماضي البسيط والمستمر ٥-</li><li>6- تعليم الطلاب كيفية استخدام الظروف، وكيفية التعبير عن متى ٦-</li><li>7- !تعليم الطلاب كيفية تناول الطعام والشراب والاستمتاع ٧-</li><li>8- تعليم الطلاب كيفية التعبير عن الكمية، وكيفية التعبير عن شيء ما/لا شيء/لا أحد ٨-</li><li>9- تعليم الطلاب كيفية استخدام أدوات التعريف والتنكير، وكيفية التعبير عن قطعة من...، ٩-</li><li>10- وكيفية التعبير عن هل يمكنك الحضور للعشاء؟</li><li>11- تعليم الطلاب كيفية استخدام أنماط الأفعال والتعبير عن الشك واليقين ١٠-</li><li>12- تعليم الطلاب كيفية استخدام الأفعال المركبة، والمترادفات، والمتضادات ١١-</li><li>13- تعليم الطلاب كيفية التعبير عن الشك واليقين ١٢-</li></ol>
<b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية	<ol style="list-style-type: none"><li>1- يستطيع الطالب استخدام الأسئلة والأزمنة المختلفة في المواقف اليومية ١-</li><li>2- يستطيع الطالب استخدام الكلمة الصحيحة والكلمة الخاطئة والتعبيرات الاجتماعية ٢-</li><li>3- "have/have got" يستطيع الطالب التعبير عن المضارع، واستخدام ٣-</li><li>4- يستطيع الطالب التعبير عن الأشياء التي يحب فعلها، وإجراء محادثات ٤-</li><li>5- يستطيع الطالب استخدام الماضي البسيط والمستمر في المواقف اليومية ٥-</li><li>6- يستطيع الطالب استخدام الظروف، والتعبير عن متى ٦-</li><li>7- "يستطيع الطالب التحدث عن "تناول الطعام، اشرب، واستمتع ٧-</li><li>8- "يستطيع الطالب التعبير عن الكمية، واستخدام "شيء/لا أحد ٨-</li><li>9- يستطيع الطالب استخدام أدوات التعريف والتنكير، واستخدام "قطعة من..."، و"هل يمكنك ٩-</li><li>10- "الحضور للعشاء؟".</li><li>11- يستطيع الطالب تحديد أنماط الأفعال والتعبير عن الشك واليقين ١٠-</li><li>12- يستطيع الطالب استخدام الأفعال المركبة، والمترادفات، والمتضادات ١١-</li><li>13- يستطيع الطالب التعبير عن الشك واليقين ١٢-</li></ol>
<b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يأتي.</p> <p><u>Part A - Class Lecture</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1- دراسة الأزمنة باللغة الانكليزية وكيفية طرح الاسئلة واستخدامها بالشكل الصحيح</li><li>2- دراسة بعض المفردات اللغوية الانكليزية الخاصة بالتعبير الاجتماعية وكيفية استخدامها بالمحادثات اضافة الى كتابتها املائيا بشكل صحيح</li><li>3- دراسة زمن المضارع البسيط باللغة الانكليزية والصيغ الخاصة به</li><li>4- دراسة المحادثات المتنوعة وكيفية التعبير عن الرغبة في عمل الأشياء</li><li>5- دراسة زمن الماضي البسيط والماضي المستمر وصيغه المختلفة</li><li>6- التعبير باستخدام ظرف الفعل. التعبير عن الطعام والشراب</li><li>7- دراسة كيفية التعبير عن الكمية، كيفية استخدام ادوات التعريف والتنكير</li><li>8- دراسة انماط الافعال و الافعال المركبة وكيفية استخدامها</li><li>9- دراسة زمن المستقبل، كيفية التعبير عن الشك</li><li>10- دراسة درجات التفضيل والمقارنة، ودراسة المرادفات و المتضادات</li></ol> <p><u>Part B - Tutorial</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1- تمكين الطالب من التعرف على المفردات اللغوية الجديدة واستخدامها بالشكل الامثل</li></ol>

	<p>2- استخدام المحادثات والاسئلة والاجوبة المباشرة لتمكين الطالب من الفهم والاستيعاب مع الاجابة بشكل صحيح باللغة الانكليزية</p> <p>3- قراءة بعض النصوص لتمكين الطالب من الفهم واستيعاب اكبر عدد ممكن من المفردات اللغوية الانكليزية</p> <p>4- استخدام القراءة الجهرية للنصوص من قبل الطالب من اجل ضبط اللفظ الصحيح للمفردات</p> <p>5- استخدام الكتابات المباشرة من اجل تمكين الطالب من الكتابة الاملائية الصحيحة وبشكل متقن</p> <p>6- تمكين الطالب من استخدام المهارات اللغوية (القراءة، الاستماع، الكتابة، التحدث) بمهارة من خلال الانشطة الصفية المختلفة ودمجها بالحياة اليومية</p> <p>Total hrs = 60 = SSWL - (Exam hrs) = 60+ 3 = 63 hr (Time table hrs x 15 weeks)</p>
--	---

<b>Learning and Teaching Strategies</b> استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التواصل اللغوي سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال تطبيق المهارات اللغوية (الاستماع، التحدث، القراءة، الكتابة) التي تنطوي على بعض أنشطة ومشاركة الطلاب في تطبيق هذه الحالات وتحليلها</p>

<b>Student Workload (SWL)</b> الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعا			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	33	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	4
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	17	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	6
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	<b>50</b>		

<b>Module Evaluation</b> تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
<b>Formative assessment</b> التقييم التكويني	<b>Quizzes</b>	3	20% (15)	4 ,7,10,13	LO#1, #2, #3, LO #4, #5, LO #6 #7, LO #8 #9
	<b>Online Assignments</b>	1	5% (10)	Continuous	LO #3, #4 and #6, #7

	<b>Onsite Assignments</b>	4	5% (10)	Continuous	All
	<b>Report</b>	1	5% (5)	13	LO #5, #8 and #9
	<b>Seminar</b>	1	5%(5)	2,12	LO #6, #7, #8, #9
<b>Summative assessment</b> التقييم التلخيصي	<b>Midterm Exam</b>	1hr	10% (10)	7	LO #1 - #7
	<b>Final Exam</b>	3hr	50% (50)	16	All
<b>Total assessment</b>			100% (100 Marks)		

### Delivery Plan (Weekly Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
<b>Week 1</b>	أسئلة، مراجعة الأزمنة
<b>Week 2</b>	الكلمة الصحيحة، الكلمة الخاطئة، التعبيرات الاجتماعية
<b>Week 3</b>	أشياء أحب فعلها، بدء محادثة، have/have got أزمنة المضارع،
<b>Week 4</b>	الماضي البسيط والمستمر
<b>Week 5</b>	أشياء أحب فعلها، بدء محادثة
<b>Week 6</b>	الظروف، تحديد متى
<b>Week 7</b>	إكل، اشرب، واستمتع
<b>Week 8</b>	التعبير عن الكمية، شيء/لا أحد.....
<b>Week 9</b>	أدوات التعريف والتنكير، قطعة من.....، هل يمكنك الحضور للعشاء؟
<b>Week 10</b>	أنماط الأفعال
<b>Week 11</b>	صيغ المستقبل
<b>Week 12</b>	الأفعال المركبة
<b>Week 13</b>	التعبير عن الشك واليقين
<b>Week 14</b>	المقارنة والتفضيل
<b>Week 15</b>	المرادفات والمتضادات
<b>Week 16</b>	الامتحان النهائي

### Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

#### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	Material Covered
<b>Week 1</b>	
<b>Week 2</b>	

Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

Learning and Teaching Resources مصادر التعلم والتدريس		
	Text	Available in the Library?
Required Texts	نيو هيدواي بلس / صدر الطالب المبتدئ. ل: جون وليز سوارز / مطبعة جامعة أكسفورد	No
Recommended Texts		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required
<p><b>Note:</b> Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.</p>				

# MODULE DESCRIPTION FORM

## نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	جرائم نظام البعث في العراق	Baath regime crimes in Iraq	
Module Type	B	<input type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	BA1101		
ECTS Credits	8		
SWL (hr/sem)	200		
Module Level	1		
Administering Department	Type Dept. Code	College	Administration and economics
Module Leader	محمد احمد رحيل	e-mail	Mohammed.rh@tu.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	استاذ	Module Leader's Qualification	دكتوراه
Module Tutor		e-mail	
Peer Reviewer Name	Name	e-mail	E-mail
تاريخ موافقة اللجنة العلمية	21/9/2025	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents	
أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية	
Module Objectives أهداف المادة الدراسية	1- تعريف الطالب بمفهوم علم الجريمة 2- تعريف الطالب بالجرائم التي ارتكبتها نظام حزب البعث 3- توضيح جرائم البعث وفق قانون المحكمة الجنائية العراقية العليا لعام 2005 4- بيان الجرائم النفسية والاجتماعية التي ارتكبتها نظام البعث واثارها على المجتمع. 5- إتاحة الفرصة للطلبة لمعرفة الأساليب القمعية التي ارتكبتها النظام البعثي لتكون شاهداً على العصر.

	<p>6- تعريف الطالب بأهم مصادر جمع البيانات والمعلومات عن المادة العلمية الدراسية</p> <p>7- ابعاد الطالب عن الأفكار والأساليب الطائفية والعرقية والمذهبية كون مصيرها الهلاك، وحثهم على التعايش بسلام.</p>
<p><b>Module Learning Outcomes</b></p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<p>هام: اكتب على الأقل 6 مخرجات تعليمية، ومن الأفضل أن تكون مساوية لعدد أسابيع الدراسة</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. معرفة المفاهيم الأساسية للجريمة</li> <li>2. معرفة مفهوم الجريمة وفقاً للمصطلحات علم الاجتماع وعلم النفس والقانون والسياسة والشرع.</li> <li>3. معرفة الجرائم البيئية المرتكبة في زمن النظام البعثي وكافة اقسامها.</li> <li>4. معرفة الجرائم الخاصة بالمقابر الجماعية</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b></p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>يتضمن المحتوى الإرشادي ما يلي</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- الاسبوع الاول :- الفصل الاول جرائم البعث وفق قانون المحكمة الجنائية العراقية العليا لعام 2005 بواقع 2 ساعة.</li> <li>2 - الاسبوع الثاني :- التعرف على مفهوم الجرائم واقسامها مع امتحان يومي بمادة الفصل الاول بواقع 2 ساعة</li> <li>3- الاسبوع الثالث :- أنواع الجرائم الدولية مع طلب تقرير من الطلبة بواقع 2 ساعة .</li> <li>4- الاسبوع الرابع :- القرارات الصادرة من المحكمة الجنائية العليا مع اختبار يومي للطلبة بواقع 2 ساعة .</li> <li>5- الاسبوع الخامس :- الفصل الثاني ويشمل التعرف الجرائم النفسية والاجتماعية واثارها مع عمل حلقة نقاشية بواقع 2 ساعة .</li> <li>6- الاسبوع السادس :- الجرائم النفسية واليات ارتكابها واثارها مع عرض تقديمي بواقع 2 ساعة.</li> <li>7- الاسبوع السابع :- الجرائم النفسية وعسكرة المجتمع مع عمل اختبار يومي بواقع 2 ساعة:</li> <li>8- الاسبوع الثامن :- موقف النظام البعثي من الدين بواقع 2 ساعة.</li> <li>9- الاسبوع التاسع :- صور انتهاكات حقوق الانسان وجرائم السلطة مع طلب تقرير من الطلبة حول مفهوم حقوق الانسان والانتهاكات التي تعرض لها العراقيون في الداخل والخارج بواقع 2 ساعة.</li> <li>10- الاسبوع العاشر الجرائم البيئية بواقع 2 ساعة</li> <li>11- الاسبوع الحادي عشر :- التلوث الحربي والاشعاعي وانفجار الالغام مع اختبار يومي بواقع 2 ساعة.</li> <li>12- الاسبوع الثاني عشر :- تدمير المدن والقرى والاهوار بواقع 2 ساعة.</li> <li>13- الاسبوع الثالث عشر :- جرائم المقابر الجماعية بواقع ساعتين.</li> <li>14- الاسبوع الرابع عشر :- احداث تلك المقابر المرتكبة من النظام البعثي بواقع 2 ساعة.</li> <li>15- الاسبوع الخامس عشر : امتحان فصلي</li> </ol>

<b>Learning and Teaching Strategies</b>	
استراتيجيات التعلم والتعليم	
<b>Strategies</b>	<p>من اهم الاستراتيجيات للتعلم والتعليم هي تشجيع مشاركة الطلاب من خلال المناقشات، وفي الوقت نفسه تحسين وتوسيع مهارات التفكير لديهم. من خلال مواد الفصول الدراسية والبرامج التعليمية التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع الجرائم المرتكبة من النظام البعثي ويمكن ايجاز اهم ما نصبو اليه من خلال النقاط الاتية: -</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ابعاد الطالب عن كل ما من شأنه المساس بحقوق الفرد</li> </ol>

2. يمكن الطالب معرفة الأساليب القمعية التي ارتكبتها النظام البعثي  
3. يمكن الطالب من نبذ الكراهية والعنصرية والعيش بسلام في الوطن الواحد

Student Workload (SWL)			
الحمل الدراسي للطلاب محسوب لـ ١٥ أسبوعاً			
<b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	48	<b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعياً	3.2
<b>Unstructured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	77	<b>Unstructured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعياً	5.13
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	125		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	الامتحانات اليومية	0.25 hr/5	10% (2)	2-4-7-11-14	- مفهوم الجريمة - اقسام الجريمة - لغة اصطلاحاً فقها قانوناً - جرائم نظام البعث المرتكبة
	المهمات الواجبات/عرض تقديمي	0.50 hr/2	10% (5)	1 6	- بيان مفهوم قانون المحكمة الجنائية وما أشار اليه ذلك القانون من جرائم البعث - الجرائم الدولية
	المشاريع/مناقشات	0.50 hr/2	10% (5)	5 12	- قرارات المحكمة الجنائية - الجرائم النفسية واثارها - الجرائم الاجتماعية واثارها
	التقرير	0.50 hr/2	10% (5)	3 9	- عسكرة المجتمع - موقف النظام البعثي من الدين
Summative assessment	اختبار نصف الفصل	2hr	10% (10)		اختبارات
	الامتحان النهائي	3hr	50% (50)		
التقييم الإجمالي			100% (100 Marks)		

## Delivery Plan (Weekly Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي النظري

	Material Covered
Week 1	الفصل الاول جرائم البعث وفق قانون المحكمة الجنائية العراقية العليا لعام 2005
Week 2	التعرف على مفهوم الجرائم واقسامها
Week 3	أنواع الجرائم الدولية
Week 4	القرارات الصادرة من المحكمة الجنائية العراقية العليا لعام 2005
Week 5	مقدمة عن الجرائم النفسية والاجتماعية التي ارتكبتها النظام البعثي
Week 6	الجرائم النفسية واليات ارتكابها واثارها
Week 7	الجرائم النفسية وعسكرة المجتمع
Week 8	موقف النظام البعثي من الدين
Week 9	صور انتهاكات حقوق الانسان وجرائم السلطة
Week 10	الجرائم البيئية
Week 11	التلوث الحربي والاشعاعي وانفجار الالغام
Week 12	تدمير المدن والقرى والاهوار
Week 13	جرائم المقابر الجماعية
Week 14	احداث تلك المقابر المرتكبة من النظام البعثي
Week 15	امتحان فصلي
Week 16	أسبوع تحضيري قبل الامتحان النهائي

## Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

### المنهاج الاسبوعي للمختبر

	المواد المغطاة
Week 1	
Week 2	
Week 3	
Week 4	
Week 5	
Week 6	
Week 7	

## Learning and Teaching Resources

### مصادر التعلم والتدريس

	Text	Available in the Library?
النصوص المطلوبة	جرائم نظام البعث في العراق ، مقرر دراسي للجامعات الحكومية والأهلية كافة	نعم
النصوص الموصى بها	موقع المجلات العلمية الاكاديمية العراقية	لا
المواقع الإلكترونية	مراجعة المواقع العلمية من خلال الشبكة العنكبوتية	

## Grading Scheme

### مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group (50 - 100)	A – Excellent	امتياز	90 - 100	أداء مذهل
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	فوق المتوسط مع بعض الأخطاء
	C – Good	جيد	70 - 79	عمل سليم مع وجود أخطاء ملحوظة
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	عادلة ولكن مع عيوب كبيرة
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	العمل يلبي الحد الأدنى من المعايير
Fail Group (0 – 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	مطلوب المزيد من العمل ولكن تم منح الائتمان
	F – Fail	راسب	(0-44)	كمية كبيرة من العمل المطلوب

ملاحظة: سيتم تقريب العلامات العشرية التي تزيد أو تقل عن 0.5 إلى العلامة الكاملة الأعلى أو الأدنى (على سبيل المثال، سيتم تقريب علامة 54.5 إلى 55، في حين سيتم تقريب علامة 54.4 إلى 54. لدى الجامعة سياسة عدم التغاضي عن "فشل التمريرة القريبة" وبالتالي فإن التعديل الوحيد للعلامات الممنوحة بواسطة العلامة (العلامات) الأصلية سيكون التقريب التلقائي الموضح أعلاه.

جامعة تكريت

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم إدارة التسويق

الوصف الأكاديمي

الدراسات الأولية / المرحلة الثالثة

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-20205

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم المعاون العلمي: ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدير المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

تسعى إلى تقديم تعليم جامعي عالي الجودة يواكب التطورات التقنية الحديثة في مجال إدارة الجودة التسويقية إذ يركز البرنامج على تنمية المهارات العلمية والعملية للطلبة بما يعزز قدرتهم على تحليل الأسواق وتحسين جودة الخدمات والمنتجات بما يتلائم مع متطلبات بيئة الأعمال الحديثة وسوق العمل كما يساهم في دعم البحث العلمي وخدمة المجتمع من خلال توظيف مفاهيم الجودة التسويقية بصورة مبتكرة وفعالة.

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفيا وتقنيا قادره على توظيف مفاهيم وأساليب إدارة الجودة التسويقية في دعم وتطوير أداء المؤسسات من خلال تزويد الطلاب بأساس علمي وتطبيقي رصين يواكب المعايير العالمية الحديثة في مجالات الجودة والتسويق والمستويات الدراسية المعمقة لتحقيق اهدافهم وتطلعاتهم يساهم في بناء مساهمته ناجح بما يضمن التوافق مع المعايير العالمية للتخصص فضلا عن وتعزيز البحث العلمي وخدمة المجتمع.

## 3. اهداف البرنامج

- تخرج طلبة يمتلكون أساسيات المعرفة التقنية والمهارات التطبيقية في مجال إدارة الجودة التسويقية بما ينسجم مع متطلبات سوق العمل الحالية والمستقبلية.
- تنمية قدرات الطلبة المتميزين علميا وتشجيعهم على مواصلة التعلم والتخصص في مجالات الجودة من خلال تحليل حاجات الزبائن وتطبيق أساليب الجودة الحديثة لتحسين الخدمات والمنتجات
- تعزيز شخصية الطالب ومهارات التفكير الإبداعي واتخاذ القرارات التسويقية الرشيدة بما يساهم في تحقيق رضا الزبائن والميزة التنافسية للمؤسسات
- الإسهام في خدمة المجتمع المحلي عبر توظيف مفاهيم الجودة التسويقية في دعم الأنشطة التعليمية والخدمية والبحثية اللازمة لخدمة كافة القطاعات الاقتصادية في المجتمع.
- تعزيز التواصل والتكامل مع مؤسسات القطاعين العام والخاص بما يساهم في تطوير محتوى المادة وفق متطلبات الجودة الشاملة والتسويق الحديث
- تشجيع الطلبة على إعداد بحوث ودراسات تطبيقية في مجالات الجودة والتسويق وتطوير الأداء المؤسسي لتساهم في معالجة مشكلات تقنية ومجتمعية معاصرة.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة				
متطلبات الكلية				
متطلبات القسم				
التدريب الصيفي				
أخرى				

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

## 7. وصف البرنامج

الساعات المعتمدة	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	إدارة الجودة التسويقية	6xxkaaje	
نظري	المرحلة الاولى		الاولى / الاول
	المرحلة الثانية		الثانية / الثاني
30	المرحلة الثالثة		الثالثة / الثالث
	المرحلة الرابعة		الرابعة / الرابع

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

## المعرفة

مخرجات التعلم 1: ان يتمكن المتخرج من فهم مفاهيم إدارة الجودة التسويقية واساليبها الحديثة وربطها بالانشطة التسويقية المختلفة بما يحقق رضا الزبون وتحسين الأداء المؤسسي في بيئة الاعمال	بيان نتائج التعلم 1: تمكين الطالب من توظيف معارفه النظرية والعملية في تطبيق مبادئ الجودة التسويقية وتحليل حاجات الزبائن بما يدعم أداءه الأكاديمي والتطبيقي.
---	---

## المهارات

مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من قادراً على تحليل المشكلات التسويقية وتطبيق إدارة الجودة في تحسين الخدمات والمنتجات ، مع تنمية قدرته على التفكير التحليلي المبني على أسس علمية ومنهج البحث.	بيان نتائج التعلم 2: تمكين المتخرج من إنجاز المهام المرتبطة بإدارة الجودة التسويقية بكفاءة وفاعلية وبما يسهم في تحسين أدائه الأكاديمي والعملية.
مخرجات التعلم 3: ان يتمكن من تقييم الأداء التسويقي للمؤسسات بصورة موضوعية بالاعتماد على الأساليب العلمية ومعايير الجودة الحديثة بعيداً عن الانطباعات الشخصية والاحكام غير العلمية	بيان نتائج التعلم 3: الاعتماد على التحليل المنطقي والعلمي للظواهر التسويقية واتخاذ قرارات مدروسة تسهم في تحسين جودة الأداء التسويقي وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات

## القيم

مخرجات التعلم 4: تزويد الطالب بالقيم الأساسية التي توجه عمله بما يعزز روح العمل الجماعي والمسؤولية في التعامل مع الزبائن والمؤسسات واحترام أخلاقيات العمل والسعي نحو التميز الأكاديمي وتكافؤ الفرص.	بيان نتائج التعلم 4: تنمية روح التعاون والالتزام بأخلاقيات العمل التسويقي بما يحقق الثقة المتبادلة بين المؤسسة والزبائن ويسهم في خدمة المجتمع بصورة إيجابية
مخرجات التعلم 5: تعزيز وعي الطالب بدوره المهني والمجتمعي، وترسيخ الالتزام بأخلاقيات العمل التسويقي ومبادئ الجودة في أداء الأنشطة والمهام التسويقية، بما يسهم في تحقيق التفاعل الإيجابي مع بيئة الأعمال والمجتمع	بيان نتائج التعلم 5: إعداد كوادر إدارية وتسويقية تمتلك قيماً مهنية وأخلاقية عالية، قادرة على تطبيق مفاهيم الجودة التسويقية بصورة مسؤولة تسهم في خدمة المجتمع وتعزيز ثقة الزبائن بالمؤسسات

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- استخدام السبورة
- حلول بيتية
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس	دكتوراه	احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu.iq">hanan.m.ibraheem@tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.
<a href="mailto:sarabaha94@tu.edu.iq">sarabaha94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13.
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14.

<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	.15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>					احمد علي عبد الله	.16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معتز قحطان خلف عبد	.17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	.18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	.19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	هشام سامي ذياب محل	.20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	.21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	فلاح حمد جواد احمد	.22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	شاكر محمود ركاد	.23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	.24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	.25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	نصير ذياب جاسم	.26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	لينه طارق علي	.27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	.28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	.29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	.30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	.31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

كتب ومقالات سائدة بمقدار نسبة التحديث 20%

## 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- إنجاز بحوث علمية رصينة تسهم في دعم سوق العمل من خلال توظيف التقنيات الحديثة والتطبيقات الرقمية بما يخدم التنمية الاقتصادية والمجتمعية
- 2- التركيز على إعداد قيادات شابة مؤهلة علمياً ومهنياً في مجال إدارة الجودة التسويقية، قادرة على رفد المؤسسات العراقية بالكفاءات اللازمة للإسهام في تطوير بيئة الأعمال وخدمة المجتمع.
- 3- مواكبة التطورات المتسارعة في بيئة الأعمال، ولاسيما التحولات الرقمية، من خلال تزويد الطلبة بالمهارات والمعارف الحديثة التي تمكنهم من التعامل بكفاءة مع متطلبات الحاضر والمستقبل

## مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم				المهارات				المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى	
																4ج
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	المرحلة الأولى		الاول
														المرحلة		الثاني
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
														المرحلة		الثالث
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
														المرحلة		الرابع
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
إدارة الجودة التسويقية	
2. رمز المقرر:	
xxkaaje6	
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025	
الكورس الثاني / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف: 2026/3/6	
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والإلكتروني	
محاضرات ورقية + محاضرات إلكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالإضافة إلى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الإنترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية): ساعة/ وحدة	
30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم: م. لينه طارق علي	الإيميل: <a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>
الاسم: م.م شاكر محمود ركاد	الإيميل: <a href="mailto:shaker.m.rakadh@tu.edu.iq">shaker.m.rakadh@tu.edu.iq</a>
8. أهداف المقرر	
أهداف المادة الدراسية	<ul style="list-style-type: none"><li>• فهم المفاهيم الأساسية في إدارة الجودة التسويقية، مثل مفهوم الجودة، جودة الخدمة، رضا الزبون، التحسين المستمر، الجودة الشاملة، والميزة التنافسية، وأهميتها في تطوير الأداء التسويقي للمؤسسات.</li><li>• التعرف على أساليب وأدوات إدارة الجودة المستخدمة في الأنشطة التسويقية، مثل قياس رضا الزبائن، تحليل شكاوى الزبائن، المقارنة المرجعية، وتحليل جودة الخدمات والمنتجات.</li></ul>

- تنمية مهارات الطلبة في تحليل حاجات ورغبات الزبائن وتوظيف مبادئ الجودة التسويقية في تحسين الخدمات والمنتجات بما يحقق رضا الزبائن وولاءهم.
- تعزيز قدرة الطلبة على استخدام الأساليب العلمية في تقييم الأداء التسويقي واكتشاف نقاط القوة والضعف ومعالجة المشكلات المتعلقة بجودة الخدمات التسويقية
- توعية الطلبة بأهمية أخلاقيات العمل والجودة في التعامل مع الزبائن، والالتزام بالشفافية والمصادقية في تقديم الخدمات والأنشطة التسويقية.
- تنمية مهارات الطلبة في إعداد الخطط والاستراتيجيات التسويقية التي تعتمد على مفاهيم الجودة والتحسين المستمر لمواجهة المنافسة في بيئة الأعمال الحديثة.
- زيادة خبرة ومعرفة الطلبة بأهمية إدارة الجودة التسويقية ودورها في دعم المؤسسات وتحسين أداءها وتحقيق رضا الزبائن وتعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق المحلية والدولي

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

### الاستراتيجية

- توسيع آفاق التعلم لدى الطلبة ومواكبة التطورات الحديثة في مجالات الجودة والتسويق بما ينسجم مع متطلبات بيئة الأعمال المعاصرة.
- الأهداف المعرفية:
- تعريف الطلبة بمادة إدارة الجودة التسويقية وأهميتها في تطوير الأداء المؤسسي وتحقيق رضا الزبائن.
- توضيح المفاهيم والمصطلحات الأساسية المتعلقة بإدارة الجودة التسويقية، مثل الجودة الشاملة، جودة الخدمة، رضا الزبون، التحسين المستمر، والميزة التنافسية.
- تنمية اهتمام الطلبة بالمادة العلمية من خلال ربط الجوانب النظرية بالتطبيقات العملية في المؤسسات والأسواق المختلفة.
- تدريب الطلبة على تطبيق مبادئ وأساليب إدارة الجودة التسويقية عملياً في مجالات العلوم الإدارية والأنشطة التسويقية المختلفة.
- تمكين الطلبة من مهارات التحليل والتفسير العلمي للمشكلات التسويقية واتخاذ القرارات المناسبة لمعالجتها وفق أسس علمية.
- تنمية مهارات التفكير والاستنتاج واتخاذ القرار لدى الطلبة بما يساهم في تعزيز قدرتهم على تحسين جودة الأداء التسويقي.
- تدريب الطلبة على استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات الرقمية في جمع وتحليل البيانات التسويقية ودعم عمليات الجودة والتحسين المستمر.
- تهدف المادة إلى تعريف الطلبة بأسس إدارة الجودة التسويقية وآليات تطبيقها في المؤسسات، فضلاً عن توضيح الأساليب المتبعة في قياس رضا الزبائن وتحليل الأسواق وتطوير الخدمات والمنتجات بما ينسجم مع احتياجات بيئة الأعمال الحديثة

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
---------	---------	------------------------	-----------------------	--------------	---------------

1	2	إدارة الجودة التسويقية	مفهوم الجودة ، مفهوم إدارة الجودة ، مفهوم إدارة الجودة التسويقية ، نشأتها، أهدافها، وأهميتها في تحقيق رضا الزبائن والميزة التنافسية.	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
2	2	إدارة الجودة التسويقية	جودة المزيج التسويقي ، جودة المزيج التسويقي التقليدي ، جودة المزيج التسويقي الموسع	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
3	2	إدارة الجودة التسويقية	خصائص إدارة الجودة التسويقية ، عناصر إدارة الجودة التسويقية	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
4	2	إدارة الجودة التسويقية	تطبيق الموضوعات المتعلقة بإدارة الجودة التسويقية عملياً من خلال مناقشة حالات دراسية وتحليل نماذج واقعية في المؤسسات المختلفة ( سياحية ، مصرفية ، تعليمية ، فنادق، مطاعم.....)	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
5	2	إدارة الجودة التسويقية	مفهوم جودة الخدمة التعليمية ، أهمية جودة الخدمة التعليمية ، خصائص الخدمة التعليمية	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
6	2	إدارة الجودة التسويقية	إبعاد جودة الخدمة التعليمية ، فلسفة الجودة الشاملة في المجال التعليمي ، القيم الأساسية للجودة الشاملة في التعليم	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
7	2	امتحان	امتحان	حضورى والكترونى	امتحان
8	2	إدارة الجودة التسويقية	الأسباب الرئيسية لادخال نظام إدارة الجودة الشاملة في النظم التعليمية ، مؤشرات إدارة الجودة في المجال التعليمي ، معوقات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المجال التعليمي	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
9	2	إدارة الجودة التسويقية	مفهوم جودة الخدمة السياحية ، أهمية جودة الخدمة السياحية ، الاستراتيجيات والاعتبارات الأساسية لإدارة الجودة في الخدمات السياحية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
10	2	إدارة الجودة التسويقية	معايير جودة الخدمات السياحية ، قياس جودة الخدمات السياحية ، إبعاد جودة الخدمات السياحية ، أساليب قياس جودة الخدمة السياحية. قياس رضا السائح ،	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
11	2	إدارة الجودة التسويقية	إدارة الجودة التسويقية في المؤسسات المصرفية، إدارة الجودة التسويقية في المؤسسات الصحية، أهمية واهداف إدارة الجودة التسويقية في المؤسسات الصحية،	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
12	2	إدارة الجودة التسويقية	استراتيجيات بناء جودة الخدمات والمنتجات التسويقية، وآليات تطوير الأداء التسويقي بما ينسجم مع متطلبات السوق واحتياجات الزبائن.	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
13	2	إدارة الجودة التسويقية	الفرص التسويقية ومحدداتها. نماذج الجودة التسويقية، استراتيجيات إدارة الجودة التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة

الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	مكونات الجودة الشاملة، خصائصها، فوائدها، وأمثلة تطبيقية عن دور إدارة الجودة التسويقية في تعزيز القدرة التنافسية وتحسين الأداء المؤسسي ، حالات عملية	إدارة الجودة التسويقية	2	14
امتحان	حضور والكتروني	امتحان	امتحان	2	15

### 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماها.

### 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد كتاب منهجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
الكتب والمصادر العلمية في ادارة الجودة التسويقية 2. رسالة ماجستير بعنوان " متطلبات تطبيق إدارة الجودة التسويقية ( التسويق الكلي ) دراسة حالة شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال ) " للباحث : رشدي عبداللطيف وادي 3- تأثير ممارسات إدارة الجودة التسويقية في تعزيز رضا الزبائن / دراسة استطلاعية في المصرف العراقي للتجارة " للباحث قاسم حاجم صاحب المعموري	المراجع الرئيسة (المصادر)
مجموعة بحوث علمية منشورة في مجلات علمية ورسائل جامعية متخصصة في ادارة التسويق وإدارة المخاطر التسويقية	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مجموعة من المواقع والمنتديات الالكترونية. بشكل عام والمواقع الخاصة بالتسويق كونها تدرس في قسم التسويق إضافة الى الفيديوهات التعليمية	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف: 2025 /9/1

التوقيع:  
اسم المعاون العلمي: ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1  
دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: خلدون عبد الله خلف  
التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

تسعى إلى تقديم تعليم جامعي عالي الجودة يواكب التطورات الحديثة في بيئة الأعمال والتسويق المعاصر، مع التركيز على تنمية المهارات المعرفية والتحليلية للطلبة بما يعزز قدرتهم على تشخيص المخاطر التسويقية والتعامل معها بكفاءة في سوق العمل. كما تسهم في دعم البحث العلمي وخدمة المجتمع من خلال توظيف الأساليب العلمية الحديثة في تحليل المخاطر التسويقية ووضع الحلول المناسبة للحد من أثارها بصورة فعالة ومبتكرة

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفيًا وتقنيًا قادرة على توظيف المهارات التحليلية والرقمية في تشخيص المخاطر التسويقية والتعامل معها بكفاءة ضمن بيئة الأعمال المتغيرة، من خلال تزويد الطلبة بأساس علمي وتطبيقي رصين يواكب المعايير العالمية في مجال التخصص، وبما يحقق مستويات دراسية معمقة تسهم في تطوير قدراتهم على اتخاذ القرار التسويقي السليم وتحقيق أهدافهم المهنية. كما يسهم البرنامج في بناء مسار مهني ناجح ينسجم مع متطلبات سوق العمل والمعايير العالمية، فضلاً عن تعزيز البحث العلمي وخدمة المجتمع في مجال إدارة المخاطر التسويقية وتطبيقاتها الحديثة

## 3. اهداف البرنامج

- تخريج طلبة يمتلكون أساسيات المعرفة النظرية والمهارات التحليلية والتطبيقية في مجال إدارة المخاطر التسويقية، وبما ينسجم مع متطلبات سوق العمل الحالية والمستقبلية في بيئة الأعمال الديناميكية.
- تنمية قدرات الطلبة المتميزين علميًا في تشخيص وتحليل المخاطر التسويقية بأنواعها (السوقية، التنافسية، السلوكية) وتشجيعهم على مواصلة التعلم والتخصص في مجالات التسويق وإدارة المخاطر.
- تعزيز شخصية الطالب العلمية والفكرية من خلال تنمية الوعي بأهمية إدارة المخاطر التسويقية واتخاذ القرار التسويقي الرشيد في ظل بيئات عدم التأكد والتغير المستمر.
- الإسهام في خدمة المجتمع المحلي عبر توظيف مفاهيم إدارة المخاطر التسويقية في دعم المؤسسات الاقتصادية والقطاعات الإنتاجية والخدمية وتحسين كفاءة أدائها التسويقي.
- تعزيز التواصل والتكامل مع مؤسسات القطاعين العام والخاص بما يسهم في ربط الجانب النظري بالتطبيق العملي، وتطوير محتوى المادة وفق متطلبات الواقع التسويقي المعاصر.
- تشجيع الطلبة على إعداد بحوث ودراسات تطبيقية في مجال إدارة المخاطر التسويقية تسهم في معالجة المشكلات التسويقية المعاصرة وتحسين جودة القرارات التسويقية

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

#### 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة				
متطلبات الكلية				
متطلبات القسم				
التدريب الصيفي				
أخرى				

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

#### 7. وصف البرنامج

الساعات المعتمدة	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	إدارة المخاطر التسويقية	
		المرحلة الاولى	الاولى/ الاول
		المرحلة الثانية	الثانية/ الثاني
30		المرحلة الثالثة	الثالثة/ الثالث
		المرحلة الرابعة	الرابعة/ الرابع

#### 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

المعرفة

مخرجات التعلم 1: أن يتمكن المتخرج من تنظيم المعرفة واستيعاب المفاهيم والمعلومات المرتبطة بإدارة المخاطر التسويقية، وتخزينها وتوظيفها بكفاءة في المواقف التعليمية والعملية المستقبلية.	بيان نتائج التعلم 1: تمكين الطالب من توظيف معارفه النظرية في مفاهيم التسويق وإدارة المخاطر التسويقية بما يدعم قدرته على فهم بيئة السوق وتحليل المخاطر المحتملة واتخاذ قرارات تسويقية مدروسة.
---	--

## المهارات

مخرجات التعلم 2: أن يكون المتخرج قادراً على تحليل المعلومات والبيانات التسويقية المتاحة في بيئة الأعمال وإعادة توظيفها بصورة منهجية لتحديد وتقييم المخاطر التسويقية، مع تنمية قدرته على التفكير التحليلي المبني على أسس علمية ومنهج البحث.	بيان نتائج التعلم 2 تمكين المتخرج من إنجاز المهام المرتبطة بتحليل المخاطر التسويقية بكفاءة وفاعلية، واستخدام الأدوات التحليلية الحديثة في دعم القرارات التسويقية. وبما يسهم في تحسين أدائه الأكاديمي والعملية.
مخرجات التعلم 2: أن يتمكن المتخرج من تقييم الظواهر التسويقية والمخاطر المرتبطة بها تقييماً موضوعياً بعيداً عن الانطباعات الشخصية والأحكام غير العلمية.	بيان نتائج التعلم 3: الاعتماد على التحليل المنطقي والعلمي في تفسير الظواهر التسويقية واتخاذ قرارات مدروسة في إدارة المخاطر ضمن بيئات الأعمال المتغيرة.

## القيم

مخرجات التعلم 4: تزويد الطالب بالقيم المهنية والأخلاقية التي توجه عمله، بما يعزز روح المسؤولية المهنية في التعامل مع البيانات التسويقية، وأخلاقيات البحث والتحليل، والسعي نحو الجودة والتميز في الأداء.	بيان نتائج التعلم 4: ترسيخ القيم المهنية والأكاديمية لدى الطلبة وجعلها منطلقاً لسلوكهم العلمي والعملية في مجال إدارة المخاطر التسويقية مستقبلاً.
مخرجات التعلم 5: تعزيز وعي الطالب بدوره المجتمعي وأهمية الالتزام بأخلاقيات المهنة في إدارة التسويق، بما يسهم في تحسين جودة القرارات التسويقية وخدمة المجتمع الاقتصادي.	بيان نتائج التعلم 5: بناء كوادر تمتلك قيماً مهنية وأخلاقية تسهم في تطوير بيئة الأعمال وتحقيق الاستدامة في الأداء التسويقي

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- استخدام السبورة
- حلول بيتية
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayed@tu.edu.iq">ahmedayed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13.

<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>					احمد علي عبد الله	16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معتز قحطان خلف عبد	17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	شاكور محمود ركاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	زيد ثابت شاكور عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

كتب ومقالات سائدة بمقدار نسبة التحديث 20%

## 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- إنجاز بحوث علمية رصينة وموجهة نحو التطبيق في مجال إدارة المخاطر التسويقية، بما يسهم في دعم بيئة الأعمال وتحسين جودة القرارات التسويقية ومواكبة احتياجات سوق العمل.
- 2- التركيز على إعداد قيادات شابة متخصصة في مجال إدارة المخاطر التسويقية، قادرة على العمل في المؤسسات الاقتصادية والإدارية، بما يسهم في رفد المنظمات بالكفاءات المؤهلة لتعزيز الأداء التسويقي والاستدامة.
- 3- مواكبة التطورات في بيئة الأعمال، ولاسيما التحولات الرقمية والتغيرات في سلوك المستهلك والأسواق، وتزويد الخريج بالمهارات الحديثة اللازمة للتعامل مع متطلبات العصر الحالي والمستقبلي في إدارة المخاطر التسويقية

## مخطط مهارات البرنامج

### مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

السنة/ المستوى	رمز المقرر	اسم المقرر	اساسي ام اختياري	المعرفة	المهارات	القيم

4ج	3ج	2ج	1ج	4ب	3ب	2ب	1ب	4أ	3أ	2أ	1أ		المرحلة		الاول
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
													المرحلة		الثاني
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
													المرحلة		الثالث
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
													المرحلة		الرابع
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

### نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:
إدارة المخاطر التسويقية
2. رمز المقرر:
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025
الكورس الاول / المرحلة الثالثة
4. تاريخ إعداد هذا الوصف: 2025/9/1
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والإلكتروني

محاضرات ورقية + محاضرات الكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالاضافة الى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الانترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي

6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية): ساعة/ وحدة

30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة

7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)

الايمل: [lina.tariq@st.tu.edu.iq](mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq)

الاسم : لينة طارق علي

8. اهداف المقرر

فهم المفاهيم الأساسية لإدارة المخاطر التسويقية، بما في ذلك مفهوم المخاطر، أنواعها (السوقية، التنافسية، التشغيلية، السلوكية)، وأدوات تحليل البيئة التسويقية الداخلية والخارجية.

- تنمية مهارات الطلبة في استخدام أدوات التحليل التسويقي واتخاذ القرار، بما يساهم في تشخيص المخاطر المحتملة في الأسواق وتقليل أثارها على أداء المؤسسات.
- تعزيز قدرة الطلبة على تحليل سلوك المستهلك والأسواق التنافسية وربطها بعمليات إدارة المخاطر التسويقية في بيئات الأعمال المختلفة.
- التعرف على مصادر المخاطر التسويقية الحديثة، مثل المخاطر الرقمية، مخاطر السمعة، ومخاطر التحول الرقمي، وكيفية التعامل معها بطرق علمية ومنهجية.
- تنمية وعي الطلبة بأهمية إدارة المخاطر في التسويق الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي، بما يشمل حماية البيانات، وإدارة السمعة الرقمية، والتعامل مع التهديدات الإلكترونية.
- تعزيز الالتزام بالأخلاقيات المهنية في العمل التسويقي، من خلال ترسيخ مبادئ الشفافية والمسؤولية الاجتماعية في التعامل مع المعلومات والقرارات التسويقية.
- رفع مستوى معرفة الطلبة بالتطبيقات الإدارية الحديثة في مجال التسويق، وأهمية إدارة المخاطر في دعم استقرار واستدامة الأداء التسويقي للمؤسسات

اهداف المادة الدراسية

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

•توسيع آفاق التعلم لدى الطلبة ومواكبة المستجدات الحديثة في بيئة الأعمال والتسويق، ولاسيما التطورات الرقمية وأثرها على طبيعة المخاطر التسويقية وأساليب إدارتها.

#### الأهداف المعرفية:

- تعريف الطالب بمادة إدارة المخاطر التسويقية ومجالاتها الأساسية وأهميتها في دعم القرارات التسويقية.
- توضيح المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بإدارة المخاطر التسويقية مثل: المخاطر السوقية، مخاطر المنافسة، مخاطر سلوك المستهلك، ومخاطر البيئة الرقمية.
- تعزيز اهتمام الطالب بالمادة العلمية وربطها بالواقع العملي في المؤسسات والأسواق المحلية والعالمية.
- تدريب الطلبة على تطبيق ما تعلموه عملياً في تحليل المشكلات التسويقية والتعامل مع المتغيرات في بيئة الأعمال.
- تمكين الطلبة من مهارات التحليل والتفسير العلمي للبيانات التسويقية بما يساعد على فهم المخاطر واتخاذ قرارات مبنية على أسس علمية.
- تنمية مهارات الاستنتاج واتخاذ القرار لدى الطالب في ظل حالات عدم التأكد والمخاطر التسويقية المختلفة.
- تدريب الطلبة على آليات تحليل البيئة التسويقية وجمع البيانات التسويقية واستخدامها في دعم القرارات الاستراتيجية للمؤسسات.
- تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بمفهوم إدارة المخاطر التسويقية وخصائصها الرئيسية، وتوضيح آلية عملها وأهم أدواتها، إضافة إلى أساليب جمع وتحليل المعلومات التسويقية وتوظيفها في مختلف المجالات الإدارية والتسويقية بما يخدم احتياجات الطالب وسوق العمل

#### 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	إدارة المخاطر التسويقية	مفهوم المخاطر التسويقية ، طبيعتها ، أهميتها ، مفهوم إدارة المخاطر التسويقية ، وأهدافها	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
2	2	إدارة المخاطر التسويقية	أنواع المخاطر التسويقية المخاطر البيئية، السوقية، التنافسية، التشغيلية، المالية، القانونية، التكنولوجية، وسمعة المنظمة	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
3	2	إدارة المخاطر التسويقية	تحديد المخاطر التسويقية مصادر المخاطر التسويقية الداخلية والخارجية أساليب ووسائل تحصيل معلومات المخاطر	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
4	2	إدارة المخاطر التسويقية	تحليل وتقييم المخاطر التسويقية تقدير احتمال حدوث الخطر تقدير أثر الخطر على المنظمة	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور

المشاركة والحضور	حضور والكتروني	استراتيجيات التعامل مع المخاطر التسويقية تجنب المخاطر، تخفيفها، نقلها، قبولها مقارنة مزايا وعيوب كل استراتيجية	إدارة المخاطر التسويقية	2	5
امتحان	حضور والكتروني	امتحان		2	6
الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	خطط إدارة المخاطر التسويقية إعداد خطة إدارة المخاطر تحديد المسؤوليات والموارد وآليات التنفيذ	إدارة المخاطر التسويقية	2	7
الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	المراقبة والمراجعة المستمرة للمخاطر التسويقية (KRIs) متابعة مؤشرات المخاطر تقييم فاعلية خطة إدارة المخاطر والتحسين المستمر	إدارة المخاطر التسويقية	2	8
الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	ادارة المخاطر التسويقية في الحملات الإعلانية تحديد المخاطر المرتبطة بالقنوات الإعلانية المختلفة استراتيجيات التخفيف والتحكم بالمخاطر خلال الحملات	إدارة المخاطر التسويقية	2	9
الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	ادارة المخاطر المتعلقة بسلوك المستهلك تحليل المخاطر المرتبطة بتقلبات الطلب وتغير سلوك العملاء تطوير خطط لمواجهة المخاطر المرتبطة بسلوك المستهلك	إدارة المخاطر التسويقية	2	10
الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	ادارة المخاطر الرقمية والتكنولوجية تحديد المخاطر المتعلقة بالمنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي طرق الحماية وتخفيف المخاطر الإلكترونية	إدارة المخاطر التسويقية	2	11
الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	إدارة المخاطر التشغيلية في التسويق مخاطر سلسلة التوريد، الإنتاج، والتوزيع تقييم المخاطر التشغيلية ووضع خطط للطوارئ	إدارة المخاطر التسويقية	2	12
الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	إدارة المخاطر المالية في التسويق تحديد المخاطر المرتبطة بالميزانية، العوائد، واستثمار الحملات تطبيق أساليب مراقبة مالية للتقليل من المخاطر إدارة المخاطر القانونية والأخلاقية تحديد المخاطر القانونية والتنظيمية في التسويق	إدارة المخاطر التسويقية	2	13

		تطوير سياسات الالتزام ومراقبة المخاطر الأخلاقية			
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	تقييم شامل لمخاطر التسويق إعداد تقرير المخاطر الشامل تقديم توصيات للتحسين المستمر وتطوير إدارة المخاطر	إدارة المخاطر التسويقية	2	14
امتحان	حضورى والكترونى	امتحان	امتحان	2	15

### 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماها.

### 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد كتاب منهجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
الكتب والمصادر العلمية في ادارة التسويق 2. رسالة ماجستير بعنوان " دور العلاقات العامة في التعامل مع المخاطر التسويقية " ، ياسين جربلو 3. أطروحة دكتوراه بعنوان " دور الخفة التسويقية في التعامل مع المخاطر التسويقية من خلال الوعي المعلوماتي " ، احمد يوسف فتحي عبدالله 4. محاضرات في إدارة المخاطر ، بن زيد فتحي	المراجع الرئيسية (المصادر)
مجموعة بحوث علمية منشورة في مجلات علمية ورسائل جامعية متخصصة في ادارة التسويق وإدارة المخاطر التسويقية	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
المواقع الالكترونية التي تخص إدارة المخاطر التسويقية بشكل عام ومواقع التسوق كونها تدرس في قسم التسويق ، وفيديوهات تعليمية	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

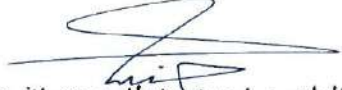
اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق


اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف : 2025/9/1

التوقيع:   
اسم المعاون العلمي: ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:   
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: خلدون عبد الله خلف  
التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدرسة المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد 

## 1. رؤية البرنامج

تسعى إلى تقديم تعليم جامعي عالي الجودة يواكب التطورات التقنية الحديثة في مجال تقنيات الإنترنت يركز البرنامج على تنمية المهارات المعرفية والعملية للطلبة بما يعزز قدرتهم على الاستخدام الفعال للتقنيات الرقمية في سوق العمل كما يسهم في دعم البحث العلمي وخدمة المجتمع من خلال توظيف تطبيقات الإنترنت بصورة مبتكرة وفعالة.

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفيا وتقنيا قادره على توظيف مهاراتهم الرقمية في دعم مؤسسات المجتمع المختلفة وتطوير أدائها من خلال تزويد الطلاب بأساس علمي وتطبيقي رصين يواكب المعايير العالمية من المستويات الدراسية المعقدة لتحقيق اهدافهم وتطلعاتهم يسهم في بناء مسار مهني ناجح بما يضمن التوافق مع المعايير العالمية للتخصص فضلا عن وتعزيز البحث العلمي وخدمة المجتمع.

## 3. اهداف البرنامج

- 1- تعريف الطالب بالاسس العلمية لنظرية المنظمة ، ومتطلبات ادارة المنظمات التسويقية وجهودها المبذولة من اجل بناء وبقاء المنظمة في السوق المنافسة والمضطربة .
- 2- توسيع مدارك الطلبة لفهم المهارات التسويقية في جميع انواع المنظمات .
- 3- تعميق المعرفة الاكاديمية بالمادة ومحاولة ربطها بالواقع الميداني.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة				
متطلبات الكلية				
متطلبات القسم				
التدريب الصيفي				
أخرى				

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

## 7. وصف البرنامج

السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة
		إدارة المنظمات التسويقية	نظري
الأولى/ الأول		المرحلة الأولى	
الثانية/ الثاني		المرحلة الثانية	
الثالثة/ الثالث		المرحلة الثالثة	30
الرابعة/ الرابع		المرحلة الرابعة	

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

فهم تطور الفكر التنظيمي للمدارس الكلاسيكية للمنظمات
فهم تطور الفكر التنظيمي للتسويق في المستشفيات

فهم اجراءات المنظمات الدوائية وطبيعة تسعير المنتجات الدوائية
فهم بيئة التسويق الصحي والدوائي والاستراتيجيات المتبعة
تعريف الطالب بالتسويق المصرفي وماهي المهام والواجبات التسويقية
التعرف على مهارات التسويق المصرفي
فهم طبيعة البيئة المصرفية واستراتيجياتها و دورها في تحقيق اهداف المنظمة التسويقية
مدى استيعاب المادة العلمية
تعلم مهارات وطرق التسعير المصرفي والياته
استيعاب اهمية واهداف التسويق المصرفي كاساس للتسويق المصرفي
فهم طبيعة عمل شركات التامين واليات تسويق المنتجات التامينية
فهم واستيعاب الفرص والتهديدات وتأثيرها على الحصة السوقية للمنظمة
فهم واستيعاب اجراءات المنظمات التسويقية والمحتوى الالكتروني في نجاح المنظمة
التغذية المرتدة للمحاضرات السابقة
اختبار
امتحان نهاية الكورس

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.

<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستري	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	.6
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	.7
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	.8
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	.9
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	.10
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	.11
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	.12
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	.13
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	.14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستري	احمد غالب بديوي علي الحميري	.15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	إدارة تسويق	إدارة اعمال	مدرس	ماجستري	احمد علي عبد الله	.16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	معتز قحطان خلف عبد	.17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	.18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	وضاح خضر احمد	.19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	هشام سامي ذياب محل	.20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	.21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	فلاح حمد جواد احمد	.22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستري	شاكر محمود ركاد	.23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	.24

<a href="mailto:a.i.othman@tu.edu.iq">a.i.othman@tu.edu.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25.
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>	ريادة اعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	نصير ذياب جاسم	26.
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستي ر	لينه طارق علي	27.
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28.
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29.
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستي ر	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30.
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31.

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

### 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1- مواقع الانترنت التي تنشر مواضيع عن التسويق لجميع المنظمات ..
- 2- الكتب العلمية
- 1- كتاب (نظرية المنظمة للدكتور خليل محمد الشماع و خضير كاظم حمود 1989) كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة بغداد.
- 2- لكتاب (ادارة المنظمات -منظور كلي) أ.د. حسين حريم ، 2020
- 3- كتاب ادارة التسويق -مفاهيم واسس -أ.د. ردينة عثمان - & أ.د. محمود جاسم الصميدعي 2024.
- 4- كتاب ادارة التسويق -أ.د. ثامر البكري - جامعة بغداد -2023

- 5- كتاب التسويق الاستراتيجي -مفاهيم واسس -أ.د. ردينة عثمان - & أ.د. محمود جاسم الصميدعي 2023.  
6- كتاب ادارة المستشفيات -أ.د. فريد توفيق نصيرات -2008  
محاضرات كل من :-

- 1- المصارف أ.د. فارس الجنابي -جامعة المشرق  
2- إدارة الفنادق د. سمراء عبد الجبار إبراهيم النعيمي-كلية الادارة والاقتصاد -الجامعة المستنصرية. 2024  
3-ادارة التأمين - أ.د. عبدالقادر محمد مبارك 2025  
المكتبات العلمية الحكومية  
المصارف  
شركات التأمين  
مستشفيات وصيدليات عامة وخاصة

#### 14. خطة تطوير البرنامج

- 1-انجاز بحوث علمية رصينة ومفيدة لتخدم سوق العمل من الناحية التكنولوجية والرقمية.  
2-محاولة التركيز على اعداد قيادات شابة في مجال التخصص لرفد المنظمات العراقية بهم لخدمة عراقنا الحبيب.  
3-مواكبة التطورات في البيئة وخصوصا التحولات الرقمية وتزويد الخريج المهارات اللازمة للتعامل مع متطلبات العصر الراهن والمستقبل.

#### مخطط مهارات البرنامج

##### مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم	المهارات								المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
	ج4	ج3	ج2	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	أ4	أ3	أ2	أ1				
														المرحلة		الاول
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
														المرحلة		الثاني
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
														المرحلة		الثالث
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
														المرحلة		الرابع
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
إدارة المنظمات التسويقية	
2. رمز المقرر:	
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025	
الكورس الثاني / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف: 9-1-2026	
5. أشكال الحضور المتاحة:	
حضوري ومدمج	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة	
30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة وعدد وحدات 2	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم : أ. مي حمودي عبدالله الايمل:	
8. اهداف المقرر	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1- تعريف الطالب بالاسس العلمية لنظرية المنظمة ، ومتطلبات ادارة المنظمات التسويقية وجهودها المبذولة من اجل بناء وبقاء المنظمة في السوق المنافسة والمضطربة .</li> <li>• 2- توسيع مدارك الطلبة لفهم المهارات التسويقية في جميع انواع المنظمات .</li> <li>• 3- تعميق المعرفة الاكاديمية بالمادة ومحاولة ربطها بالواقع الميداني.</li> </ul>	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
<p>أ- المعرفة والفهم</p> <p>أ1- امتلاك المعرفة العلمية والفكرية وتكيفها مع الواقع الفعلي.</p> <p>أ2- فهم ومحاكاة مشكلات المنظمات المعاصرة ومايتعلق بالقصور الناجم عن غياب تطبيق نظريات الادارة في المنظمات التسويقية .</p>	الاستراتيجية

أ3- تعميق الجانب الفكري فيما يتعلق بمدارس الفكر الإداري وعلاقتة  
بإدارة التسويق في المنظمات  
ب - المهارات الخاصة بالموضوع

ب 1 – القدرة على العمل الجماعي لمعالجة المشكلات الإدارية  
والتسويقية

ب 2 – مهارات التعلم في مجال البحث العلمي

ب 3 – مهارات تحليلية .

طرائق التعليم والتعلم

1- الصفوف الالكترونية، والتعلم التفاعلي، كروب في الواتساب

2- مناقشات وحوارات

3- حالات دراسية

5-اختبارات

طرائق التقييم

- الامتحانات الشهرية.

- الامتحانات اليومية.

- الواجبات المنزلية.

- المشاركات الصفية.

ج- مهارات التفكير

ج1- القدرة على المقارنة والاستنباط.

ج2- القدرة على الربط بين المعرفة المكتسبة والتطبيق العملي.

طرائق التعليم والتعلم

- المحاضرة.

- الحوار والنقاش.

- المشاركة والتعبير عن الأفكار.

طرائق التقييم

- الاختبارات (الامتحانات) الشهرية التحريرية.

- الاختبارات اليومية والشفهية.

- الواجبات المنزلية.

- الأسئلة المباشرة وإعداد التقارير والبحوث والمناقشات الصفية لها.

د - المهارات العامة والمنقولة ( المهارات الأخرى المتعلقة برواد الفكر

التنظيمي والتسويقي ).

د1- مهارة العمل الجماعي.

د2- مهارة التحفيز لتحقيق النتائج الإيجابية.

د3- مهارة الاتصال الفعال بين الطلبة.

### 10. بنية المقرر

الأس بوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / المساق أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
1	2	فهم تطور الفكر التنظيمي للمدارس الكلاسيكية للمنظمات	مقدمة في ادارة المنظمات	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السيورة	اختبارات ونقاش مباشر
2	2	فهم تطور الفكر التنظيمي للتسويق في المستشفيات	مدخل التسويق في المستشفيات	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السيورة	اختبارات ونقاش مباشر
3	2	فهم اجراءات المنظمات الدوائية وطبيعة تسعير المنتجات الدوائية	تسعير المنتجات الدوائية	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السيورة	اختبارات ونقاش مباشر
4	2	فهم بيئة التسويق الصحي والدوائي والاستراتيجيات المتبعة	بيئة التسويق الصحي والدوائي واستراتيجياته	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السيورة	اختبارات ونقاش مباشر
5	2	تعريف الطالب بالتسويق المصرفي وماهي المهام والواجبات التسويقية	التسويق المصرفي و مهام وواجبات ادارة التسويق في المصارف	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السيورة	اختبارات ونقاش مباشر
6	2	التعرف على مهارات التسويق المصرفي	زيارة علمية الى مصرف الجامعة		الاطلاع على اعمال المصرف التسويقية للزبائن
7	2	فهم طبيعة البيئة المصرفية واستراتيجياتها و دورها في تحقيق	البيئة المصرفية واستراتيجياتها و	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السيورة	اختبارات ونقاش مباشر

		طرق التسعير المصرفي واليات	اهداف المنظمة التسويقية		
تحريري	ورقة الاسئلة	اختبار	مدى استيعاب المادة العلمية	2	8
اختبارات ونقاش مباشر	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السبورة	ادارة التسويق في المصارف و اهمية واهداف التسويق المصرفي	تعلم مهارات وطرق التسعير المصرفي واليات	2	9
اختبارات ونقاش مباشر	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السبورة	المدخل لشركة التامين واهم الانشطة التسويقية و اليات تسويق المنتجات التامينية	استيعاب اهمية واهداف التسويق المصرفي كاساس للتسويق المصرفي	2	10
اختبارات ونقاش مباشر	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السبورة	الحصة السوقية وتأثير الفرص والتحديات على المنظمة و ادارة المنظمات التسويقية والمحتوى الالكتروني	فهم طبيعة عمل شركات التامين واليات تسويق المنتجات التامينية	2	11
تحريري	ورقة الاسئلة	امتحان الشهر الثاني	فهم واستيعاب الفرص والتحديات وتأثيرها على الحصة السوقية للمنظمة	2	12
مناقشات وأسئلة	المحاضرة ، المناقشة ، العرض ، الوصف ، وسائل ايضاح على السبورة	ادارة المنظمات التسويقية الخضاء و	فهم واستيعاب اجراءات المنظمات التسويقية والمحتوى	2	13

		الصيرفة الخضراء والتأمين الاخضر	الالكتروني في نجاح المنظمة		
مناقشات	المناقشة ، وسائل ايضاح على السبورة	الحوار المباشر ومراجعة	التغذية المرتدة للمحاضرات السابقة	2	14
ورقة اسئلة امتحان نهاية الكورس		الامتحان النهائي	اختبار	3	15

### 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماها.

### 12. مصادر التعلم والتدريس

المصادر :	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
1-مواقع الانترنت التي تنشر مواضيع عن التسويق لجميع المنظمات .. 2-الكتب العلمية	المراجع الرئيسة (المصادر)
1-كتاب (نظرية المنظمة للدكتور خليل محمد الشماع و خضير كاظم حمود 1989) كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة بغداد. 2- كتاب (ادارة المنظمات -منظور كلي)أ.د.حسين حريم ، 2020	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
3- كتاب ادارة التسويق -مفاهيم واسس -أ.د.ردينة عثمان - &أ.د.محمود جاسم الصميدعي 2024. 4-كتاب ادارة التسويق -أ.د.ثامر البكري - جامعة بغداد -2023 5- كتاب التسويق الاستراتيجي -مفاهيم واسس -أ.د.ردينة عثمان - &أ.د.محمود جاسم الصميدعي 2023. 6- كتاب ادارة المستشفيات -أ.د. فريد توفيق نصيرات -2008 محاضرات كل من :- 3- المصارف أ.د.فارس الجنابي -جامعة المشرق 4- 2- ادارةالفنادق د.سمراء عيد الجبار إبراهيم النعيمي-كلية الادارة والاقتصاد -الجامعة المستنصرية .2024 3-ادارة التأمين - أ.د.عبدالقادر محمد مبارك2025 المكتبات العلمية الحكومية المصارف شركات التأمين مستشفيات وصيدليات عامة وخاصة	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني : بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف : 2025/9/1

التوقيع :  
اسم المعاون العلمي : ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ : 2025/9/1

التوقيع :  
اسم رئيس القسم : م.د. احمد عايد خلف  
التاريخ : 2025/9/1

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي : خلدون عبد الله خلف  
التوقيع

التاريخ : 2025/9/1  
مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

يسعى مقرر إدارة التفاوض إلى إعداد الطلبة وتمكينهم من اكتساب المعارف والمهارات الحديثة في مجال التفاوض وإدارة المواقف التفاوضية بكفاءة وفاعلية بما يسهم في تطوير قدراتهم على التحليل واتخاذ القرار وحل النزاعات وبناء العلاقات المهنية وفق أسس علمية وأخلاقية تتلاءم مع متطلبات بيئة الأعمال المعاصرة.

## 2. رسالة البرنامج

تزويد الطلبة بالمعارف النظرية والتطبيقات العملية المتعلقة بمهارات التفاوض وإدارة النزاعات وتنمية قدراتهم على التواصل الفعال والتحليل واتخاذ القرارات التفاوضية الرشيدة بما يعزز كفاءتهم المهنية ويمكّنهم من التعامل مع المواقف الإدارية والتنظيمية المختلفة وفق أسس علمية وأخلاقية.

## 3. أهداف البرنامج

- تمكين الطلبة من فهم وتطبيق المفاهيم الأساسية للتفاوض ضمن بيئة دراسية وتطبيقات عملية.
- تنمية قدرات الطلبة المتميزين علمياً وتشجيعهم على مواصلة التعلم والتخصص في مجالات إدارة التفاوض.
- تطوير قدرات الطلبة على تحليل المواقف التفاوضية وإدارة النزاعات واتخاذ القرار.
- تأهيل الطلبة الحاليين استراتيجيات التفاوض الحديثة في سياقات أكاديمية ومهنية.
- تعزيز التواصل والتكامل مع مؤسسات القطاعين العام والخاص بما يسهم في تطوير محتوى المادة وفق متطلبات الواقع العملي.
- تعزيز الالتزام بالقيم المهنية والأخلاقية في الممارسات التفاوضية لدى الطلبة والخريجين
- تعزيز جاهزية الخريجين لتطبيق مهارات التفاوض في بيئة العمل وسوق الوظيفة.
- دعم قدرة الخريجين على التعامل مع المواقف الإدارية والمهنية المعقدة بفعالية.
- تمكين الخريجين من توظيف مهارات التفاوض في حل النزاعات وبناء العلاقات المهنية.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

6. هيكلية البرنامج				
ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
				متطلبات المؤسسة
				متطلبات الكلية
				متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

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

7. وصف البرنامج				
الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	إدارة التفاوض	M-125	
		المرحلة الاولى		الاولى / الاول
		المرحلة الثانية		الثانية / الثاني
	45	المرحلة الثالثة		الثالثة / الثالث
		المرحلة الرابعة		الرابعة / الرابع

8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج	
المعرفة	
مخرجات التعلم 1: ان يتمكن المتخرج من تحديد استراتيجيات وأساليب التفاوض المختلفة	بيان نتائج التعلم 1: تمكين الطالب من إيضاح المفاهيم الأساسية والنظريات المرتبطة بعملية النفاوض.

## المهارات

مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من تحليل مواقف التفاوض ويقيم بدائل الحلول الممكنة.	بيان نتائج التعلم 2: تمكين المتخرج من توظيف مهارات الاتصال والاستراتيجيات التفاوضية في المواقف الفعالة ومحاكاة واقعية.
مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من تقييم الظواهر والتقنيات المرتبطة بالإنترنت	بيان نتائج التعلم 3: الاعتماد على التحليل المنطقي والعلمي للظواهر واتخاذ قرارات مدروسة في استخدام تقنيات الشبكات وخدماتها في مجال ادارة التسويق.

## القيم

مخرجات التعلم 4: تزويد الطالب بالقيم الأساسية التي توجه عمله بما يعزز روح العمل الجماعي والمسؤولية واحترام أخلاقيات المهنة والسعي نحو التميز الأكاديمي وتكافؤ الفرص.	بيان نتائج التعلم 4: ترسيخ القيم المهنية والأكاديمية لدى الطلبة وجعلها منطلقاً لسلوكهم العلمي والعمل في المستقبل.
مخرجات التعلم 5: تعزيز وعي الطالب بدوره المجتمعي والايمان بأخلاقيات المهنة وجودة الأداء في إنجاز الأعمال واتخاذ القرارات والتفاعل الإيجابي مع المجتمع.	بيان نتائج التعلم 5: بناء ملاكات ادارية يمتلكون قيماً في إدارة النزاعات تسهم في خدمة المجتمع.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- استخدام السبورة
- حلول بيتية
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13.
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14.
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	15.
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>					احمد علي عبد الله	16.
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معزز قحطان خلف عبد	17.
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18.
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	19.

<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبه ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	شاكر محمود ركاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

كتاب المقرر : مبادئ التفاوض ، د. محمد قُدري حسن + كتب ومقالات سائدة بمقدار نسبة التحديث 20%

## 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تحديث المحتوى العلمي للمقرر بشكل دوري بما يتوافق مع أحدث الدراسات والأبحاث العلمية في مجال التفاوض وإدارة النزاعات وسلوكيات التفاوض الحديثة.
- 2- تعزيز الجانب البحثي للطلبة من خلال تكليفهم بإعداد بحوث علمية قصيرة حول مهارات واستراتيجيات التفاوض وتطبيقاتها في المؤسسات.
- 3- دمج المهارات الرقمية في التفاوض مثل التفاوض عبر المنصات الإلكترونية وإدارة الاجتماعات الافتراضية بما يتناسب مع متطلبات سوق العمل الحديث.
- 4- التعاون مع مؤسسات سوق العمل لتنظيم ورش عمل ومحاضرات تطبيقية يقدمها مختصون في مجالات الإدارة والتفاوض.
- 5- تعزيز مهارات التوظيف لدى الطلبة من خلال ربط مخرجات التعلم بمهارات مطلوبة في سوق العمل مثل حل المشكلات، الإقناع، واتخاذ القرار.
- 6- تقييم مستمر للمقرر بالاعتماد على التغذية الراجعة من الطلبة والخريجين وأرباب العمل لتحسين جودة المحتوى والمخرجات.

## 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		المرحلة		الأول
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
													المرحلة		
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		الثاني
													المرحلة		
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		الثالث
													المرحلة		
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		الرابع

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
إدارة التفاوض	
2. رمز المقرر:	
M-125	
3. الفصل / السنة :	2026 / 2025
الكورس الثاني / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف:	2026/3/8
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والإلكتروني	
محاضرات ورقية + محاضرات إلكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالإضافة إلى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الإنترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية): ساعة/ وحدة	
45 ساعة/ في كل اسبوع 3 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم : م. محمد حميد نايف الإيميل: <a href="mailto:Mohammed.2022@tu.edu.iq">Mohammed.2022@tu.edu.iq</a>	
الاسم: م.م ساره بهاء أنور الإيميل: <a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	
8. أهداف المقرر	
<p>أهداف المادة الدراسية</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- تعريف الطلبة بالمفاهيم الأساسية والنظريات الحديثة في مجال التفاوض وإدارة النزاعات.</li> <li>- تنمية مهارات الاتصال الفعال والإقناع والتأثير في المواقف التفاوضية المختلفة.</li> <li>- تمكين الطلبة من تحليل مواقف التفاوض وتحديد أطرافها وأهدافها واستراتيجياتها المناسبة.</li> <li>- تطوير قدرة الطلبة على اتخاذ القرارات وحل المشكلات في بيئات تفاوضية متنوعة.</li> <li>- إكساب الطلبة مهارات التخطيط والإعداد لعمليات التفاوض بشكل علمي ومهني.</li> </ul>	

- تعزيز القدرة على تطبيق استراتيجيات التفاوض في مواقف عملية واقعية.
- تنمية الالتزام بالأخلاقيات المهنية والسلوك المسؤول أثناء عمليات التفاوض.
- إعداد الطلبة للتعامل مع متطلبات سوق العمل من خلال مهارات تفاوضية عملية قابلة للتطبيق

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

### الاستراتيجية

- اعتماد أسلوب المحاضرات التفاعلية لشرح المفاهيم النظرية الأساسية في التفاوض وإدارة النزاعات.
- تشجيع التعلم التعاوني والعمل الجماعي من خلال تقسيم الطلبة إلى فرق تفاوضية.
- توظيف العصف الذهني لتنمية مهارات التفكير النقدي وإيجاد بدائل وحلول تفاوضية.
- استخدام العروض التقديمية والأنشطة الصفية لتعزيز مهارات التواصل والإقناع.
- تكليف الطلبة ببحوث وتقارير قصيرة حول موضوعات التفاوض الحديثة وتطبيقاتها.
- الاستفادة من التقنيات التعليمية والمنصات الرقمية في عرض وتطبيق مهارات التفاوض.

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	ادراك مفهوم ادارة التفاوض	مفهوم ادارة التفاوض	محاضرة	طرح الأسئلة والحضور
2	3	توضيح الحاجة الى التفاوض	الحاجة الى التفاوض	محاضرة	طرح الأسئلة والحضور
3	3	تحديد اهم عناصر التفاوض	عناصر التفاوض	محاضرة	المشاركة والحضور
4	3	التعرف على شروط التفاوض	شروط التفاوض	محاضرة	المشاركة والحضور
5	3	التعرف على انواع التفاوض	أنواع التفاوض	محاضرة	المشاركة والحضور
6	3	شرح عملية التخطيط للتفاوض	التخطيط للتفاوض	محاضرة	الحضور والمشاركة
7	3	تحديد اهم اهداف التفاوض	اهداف التفاوض	محاضرة	الحضور والمشاركة

امتحان		امتحان	امتحان	3	8
الحضور والمشاركة	محاضرة	الموقف التفاوضي	توضيح ضعف الموقف التفاوضي	3	9
الحضور والمشاركة	محاضرة	تعثر التفاوض	شرح تعثر التفاوض	3	10
الحضور والمشاركة	محاضرة	اساليب التفاوض	تحديد اهم اساليب التفاوض	3	11
الحضور والمشاركة	محاضرة	استراتيجيات التفاوض	شرح استراتيجيات التفاوض	3	12
الحضور والمشاركة	محاضرة	سياسات التفاوض	توضيح سياسات التفاوض	3	13
الحضور والمشاركة	محاضرة	تكتيكات التفاوض	شرح تكتيكات التفاوض	3	14
امتحان		امتحان نهائي	امتحان نهائي	3	15

### 11. تقييم المقرر

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

### 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
كتاب المقرر : مبادئ التفاوض ، د. محمد قدرى حسن	المراجع الرئيسة (المصادر)
حالات دراسية والتقارير ذات الصلة	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مواقع الانترنت	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق .

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني : بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق .

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف : 2025/9/1

التوقيع :  
اسم المعاون العلمي : ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ : 2025/9/1

التوقيع :  
اسم رئيس القسم : م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ : 2025/9/1

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي : خلدون عبد الله خلف  
التوقيع

التاريخ : 2025/9/1  
الدكتور المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

ايجاد نظام للتعليم يتسم بالجودة والابداع في التعليم والبرامج الاكاديمية المواكبة للمستجدات والتطورات العلمية والفنية في مجال التخصص وبما يكفل التنوع وتقديم البرامج النوعية لتوفير فرص عمل متميزة في سوق العمل المحلي وتحقيق التفوق في البحث العلمي والمساهمة في خدمة المجتمع.

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفيا وتقنيا توظف امكاناتها في فن الادارة لتساند بها مؤسسات المجتمع المتنوعة وتطوير ادائها المؤسسي وتنميته من خلال تزويد الطلاب بقاعدة صلبة من المستويات الدراسية المعمقة لتحقيق اهدافهم وتطلعاتهم نحو حياة مهنية تتسم بالنجاح بما يضمن التوافق مع المعايير العالمية للتخصص فضلا عن وتحقيق التفوق في البحث العلمي والمساهمة في خدمة المجتمع.

## 3. اهداف البرنامج

- تخريج طلبة في مجال التسويق بعد تأهيلهم مهنيا وتزويدهم بكافة المهارات العلمية والعملية وبما يناسب والحاجات الانية والمستقبلية لسوق العمل.
- رعاية الطلبة المتفوقين علميا وتهيئتهم لإكمال دراستهم في مجال تخصصهم.
- تنمية شخصية الطالب العلمية والفكرية والاجتماعية.
- الاسهام في خدمة المجتمع المحلي من خلال تقديم الاستشارات العلمية والعملية والابحاث التطبيقية اللازمة لخدمة كافة القطاعات الاقتصادية في المجتمع.
- دعم وتفعيل الروابط مع القطاعين العام والخاص وذلك لمشاركتهم في بناء وتطوير مناهج القسم بحيث تتوافق مع متطلبات سوق العمل.
- اعداد البحوث والدراسات المتخصصة مع التركيز على البحوث التطبيقية التي تقدم حلويا لمشاكل المجتمع.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
				متطلبات المؤسسة
				متطلبات الكلية
				متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

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

## 7. وصف البرنامج

الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	ادارة اعمال		
4	35	المرحلة الاولى		الاولى / الاول
4	35	المرحلة الثانية		الثانية / الثاني
6	35	المرحلة الثالثة		الثالثة / الثالث
2	31	المرحلة الرابعة		الرابعة / الرابع

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

المعرفة	
مخرجات التعلم 1: ان يتمكن المتخرج من تنظيم المعرفة والمعلومات والاحتفاظ بها في ذاكرته تمهيداً لاستخدامها وظيفياً في المستقبل	بيان نتائج التعلم 1: تمكين الطالب من أداء مهامه العملية بطريقة مهنية .
المهارات	
مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من تحليل النتائج وإعادة توظيفها لحل المشاكل وان يمتلك ذهنية المحلل وفق معطيات علمية قائمة على أسلوب التفكير والبحث العلمي .	بيان نتائج التعلم 2: تمكين المتخرج من أداء اعماله بكفاءة وفاعلية.
مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من الحكم على الظواهر بعيداً عن الانطباعات والاحكام الذاتية	بيان نتائج التعلم 3: الاعتماد على التحليل المنطقية للظواهر في مجال ادارة الاعمال.
القيم	
مخرجات التعلم 4: تزويد الطالب بالقيم الأساسية التي توجه عمله من حيث المواطنة التنظيمية والفريق الواحد والقرارات التفاعلية والتفوق الاكاديمي والفرص المتكافئة	بيان نتائج التعلم 4: تكريس القيم لدى الطلبة واعتبارها أساس عمل مستقبلي

مخرجات التعلم 5: تحسين العلاقة المجتمعية والايمان بأخلاقيات المهنة وأداء الاعمال بجودة عالية .  
بيان نتائج التعلم 5: بناء ملاكات ادارية تخدم المجتمع

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Saiaj95@tu.edu.iq">Saiaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13.
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14.
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	15.
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	إدارة تسويق	إدارة اعمال	مدرس	ماجستير	احمد علي عبد الله	16.
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة	مدرس	ماجستير	معزز قحطان خلف عبد	17.

		الاعمال	مساعد	ر		
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18.
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	وضاح خضر احمد	19.
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	هشام سامي ذياب محل	20.
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	21.
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	فلاح حمد جواد احمد	22.
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	شاكر محمود ركاد	23.
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24.
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25.
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>	ريادة اعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	نصير ذياب جاسم	26.
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير ر	لينه طارق علي	27.
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28.
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29.
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير ر	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30.
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31.

## التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. ينبغي ان نعي كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

### 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

1. الكتب المعتمدة من اللجنة القطاعية للإدارة والاقتصاد
2. كتب ومقالات سائدة بمقدار نسبة التحديث 20%

### 14. خطة تطوير البرنامج

1. اعداد ملاكات تدريسية وفق مبدأ التعاقب الوظيفي لرفد القسم بتخصصات متنوعة للوفاء بحاجة القسم وتحقيقا لمتطلبات ارباب العمل.
2. انجاز بحوث علمية رصينة ومفيدة لجميع اصحاب المصلحة لتخدم سوق العمل من الناحية الادارية.
3. محاولة التركيز على اعداد قيادات شابة في مجال التخصص لرفد المنظمات العراقية بهم لخدمة عراقنا الحبيب.
4. تدشين المعرفة التخصصية في الملاك التدريسي من الفئة الشابة لاستمرارية التطور للملاك التدريسي.
5. التركيز على منح خريج ادارة الاعمال مهارات ومعرفة وخبرات في مجال التخصص، لتسهم في بناء المؤسسات الحكومية والمؤسسات العامة والخاصة على حد سواء.
6. مواكبة التطورات في البيئة وخصوصا التحولات الرقمية وتزويد الخريج المهارات اللازمة للتعامل مع متطلبات العصر الراهن والمستقبل.
7. ترسيخ مفهوم المواطنة لدى جميع اصحاب المصلحة مع القسم من خلال التعامل بشفافية معهم.

## 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		المرحلة		الاول
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
													المرحلة		الثاني
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
													المرحلة		الثالث
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
													المرحلة		الرابع
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:					
التسويق الريادي					
2. رمز المقرر: لا يوجد					
3. الفصل / السنة : 2026-2025					
الكورس الاول / المرحلة الثالثة					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف: الكورس الأول 2025-9-1					
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري					
حضور داخل القاعة مع استخدام برنامج Classroom لغرض تبليغ الطلبة بأوقات الامتحان والدرجات وتحسبا لاي ظرف طارئ					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة					
30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)					
الاسم: أ.م.د. احمد جدعان حماد					
الأيمل: <a href="mailto:Ahmad.gdaan92@tu.edu.iq">Ahmad.gdaan92@tu.edu.iq</a>					
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية			<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف الطلبة برأس المال الفكري من حيث التطور</li> <li>• بيان اهمية رأس الكال الفكري للمنظمات</li> <li>• مكونات رأس المال الفكري</li> <li>• دور رأس المال الفكري بنجاح المنظمات</li> </ul>		
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
الاستراتيجية			<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعليم الطلبة مهارات وطرق عمل منظمات الاعمال</li> <li>• التفكير خارج السياق المعهود والتفكير الابداعي</li> <li>• توسيع وفتح افاق التعلم ومواكبة المستجدات</li> </ul>		
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	الإدارة الريادية ومنظمة الاعمال الريادية	بيان الدور الذي تلعبه الريادة	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	التحضير اليومي
2	2	المنظمات الريادية	بيان مفهوم وهمية الريادة والمنظمات الريادية	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية	التحضير اليومي

	المطروحة للطلبة				
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	توضيح الريادة الداخلية والخارجية وأنواع الاستراتيجيات الريادية	الريادة الداخلية والخارجية والاستراتيجيات الريادية	2	3
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	بيان مفهوم واهمية التسويق الريادي	التسويق الريادي	2	4
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	توضيح السمات التي تخص التسويق الريادي	السمات الرئيسية للتسويق الريادي	2	5
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	التوجيه بدراسة ابعاد التسويق الريادي	ابعاد التسويق الريادي	2	6
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	بيان منطلقات كل مفهوم على حده	السلوك الريادي والتفكير الريادي	2	7
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	بيان مفهومه واهميته	الابداع الريادي التسويقي	2	8
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	التعرف على المجالات الرئيسية للأبداع الريادي	المجالات الوظيفية للأبداع الريادي في المنظمات	2	9
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	دراسة أنواع الابداع الريادي	أنواع الابداع الريادي	2	10
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	تفصيلات التسويق الإبداعي	التسويق الإبداعي	2	11
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	معرفة كيفية يكون الأبداع ضمن المزيج التسويقي	الابداع التسويقي والمزيج التسويقي	2	12
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	توضيح كيفية أصبحت هذه الشركات مبدعة	دراسة حالة لشركات عالمية	2	13
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	بيان اهمية هذه الطرائق التي الأداء الإبداعي الريادي	الأداء الإبداعي الريادي	2	14
التحضير اليومي	القاء محاضرات والاسئلة الفكرية المطروحة للطلبة	بيان وتوضيح الريادة المستدامة	الريادة المستدامة	2	15

## 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)

إدارة التسويق المعاصر التوجهات الحديثة	المراجع الرئيسة (المصادر)
إدارة التسويق الريادي	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مواقع الكترونية وصفحات خاصة بالتسويق الريادي	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

## 12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب الأكاديمية والمراجع العلمية  
 كتب التسويق الريادي وريادة الأعمال.  
 كتب التسويق الرقمي والتسويق الابتكاري.  
 المجلات العلمية المحكمة في الإدارة والتسويق.  
 المحاضرات الجامعية والعروض التقديمية  
 المحاضرات الصفية التقليدية.  
 عروض PowerPoint التعليمية.  
 الحلقات والنقاشات الجماعية ودراسة الحالات العملية.

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني : بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف : 2025/9/1

التوقيع :  
اسم المعاون العلمي : ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ : 2025/9/1

التوقيع :  
اسم رئيس القسم : م.د. احمد عايد محلف  
التاريخ : 2025/9/1

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي : خلدون عبد الله خلف  
التوقيع

التاريخ : 2025/9/1  
المدرسة المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

تسعى إلى تقديم تعليم جامعي عالي الجودة يواكب التطورات التقنية الحديثة في مجال تقنيات الإنترنت يركز البرنامج على تنمية المهارات المعرفية والعملية للطلبة بما يعزز قدرتهم على الاستخدام الفعال للتقنيات الرقمية في سوق العمل كما يسهم في دعم البحث العلمي وخدمة المجتمع من خلال توظيف تطبيقات الإنترنت بصورة مبتكرة وفعالة.

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفيا وتقنيا قادره على توظيف مهاراتهم الرقمية في دعم مؤسسات المجتمع المختلفة وتطوير أدائها من خلال تزويد الطلاب بأساس علمي وتطبيقي رصين يواكب المعايير العالمية من المستويات الدراسية المعمقة لتحقيق اهدافهم وتطلعاتهم يسهم في بناء مسار مهني ناجح بما يضمن التوافق مع المعايير العالمية للتخصص فضلا عن وتعزيز البحث العلمي وخدمة المجتمع.

## 3. اهداف البرنامج

- تعريف الطالب بما هو التسويق العالمي وانواعه في مجال المنتجات والخدمات - وكيف يمكن للطلاب ان يحدد طبيعة التسويق العالمي .
- تزويد الطالب الإبداع وخلق الأفكار الجديدة للدخول في اسواق عالمية جديدة وتعزيزها حسب طلب الزبون .
- إكساب الطالب في القدرة على تحليل الأفكار الجديدة، تطوير قدرة الطالب على تصميم وتقييم استراتيجية التسويق العالمي للمنتجات والخدمات.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
---------------	--------------	-------------	----------------	---------

				متطلبات المؤسسة
				متطلبات الكلية
				متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

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

7. وصف البرنامج				
الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	التسويق العالمي		
		المرحلة الأولى		الأولى/ الأولى
		المرحلة الثانية		الثانية/ الثاني
15	30	المرحلة الثالثة		الثالثة/ الثالث
		المرحلة الرابعة		الرابعة/ الرابع

8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج	
ادراك مفهوم التسويق العالمي	
فهم اهداف التسويق العالمي	
ان يتمكن الطالب من معرفة اهمية التسويق العالمي	
يتعرف الطالب على الفرق بين التسويق العالمي والتسويق المحلي	
يتعرف الطالب على ادوات التسويق العالمي	
يتمكن الطالب من التعرف فهم البيئة التسويقية	

ادراك الطالب مبررات التحول الى التسويق العالمي
يتمكن الطالب من التعرف على فهم العوامل المؤثرة في التسويق العالمي
يتمكن الطالب من التعرف على اليات التسويق العالمي
يتمكن الطالب من التعرف فهم متغيرات البيئة التسويقية العالمية
ادراك وفهم المزيج التسويقي العالمي للسلع والخدمات
ادراك الوسطاء في التسويق العالمي وفهم التحديات
امتحان نهاية الكورس

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.

<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	إدارة تسويق	إدارة اعمال	مدرس	ماجستير	احمد علي عبد الله	16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معزز قحطان خلف عبد	17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	شاكر محمود رقاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>	ريادة اعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- 1-الكتب المتوفرة في مكتبة الكلية الخاصة بقسم ادارة التسويق .
  - 2- كتاب التسويق المعاصر -د. نظام موسى سويدان ،2022.
  - 3-استراتيجيات التسويق من منظور متكامل -د.محمد عواد الزيادات & د. محمد عبدالله العوامة 2024 .
  - 4- ادارة التسويق – أ.د.ثامر ياسر البكري ، 2002.
- مجموعة بحوث علمية منشورة في مجلات علمية ورسائل جامعية متخصصة في ادارة التسويق والتسويق العالمي  
مجموعة من المواقع والمنتديات الالكترونية.

## 14. خطة تطوير البرنامج

- 1-انجاز بحوث علمية رصينة ومفيدة لتخدم سوق العمل من الناحية التكنولوجية والرقمية.
- 2-محاولة التركيز على اعداد قيادات شابة في مجال التخصص لرفد المنظمات العراقية بهم لخدمة عراقنا الحبيب.
- 3-مواكبة التطورات في البيئة وخصوصا التحولات الرقمية وتزويد الخريج المهارات اللازمة للتعامل مع متطلبات العصر الراهن والمستقبل.

## 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		المرحلة		الاول
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
													المرحلة		الثاني
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
													المرحلة		الثالث
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
													المرحلة		الرابع
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
التسويق العالمي	
2. رمز المقرر:	
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025	
الكورس الاول / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف: 2025-9-1	
5. أشكال الحضور المتاحة:	
حضوري ومدمج	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة	
45 ساعة/ في كل اسبوع 3 ساعة وعدد وحدات 2	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم : أ. مي حمودي عبدالله الايمليل:	
8. اهداف المقرر	
● تعريف الطالب بماهو التسويق العالمي وانواعه في مجال المنتجات والخدمات - وكيف يمكن للطلاب ان يحدد طبيعة التسويق العالمي . ● تزويد الطالب الإبداع وخلق الأفكار الجديدة للدخول في اسواق عالمية جديدة وتعزيزها حسب طلب الزبون . ● إكساب الطالب في القدرة على تحليل الأفكار الجديدة، تطوير قدرة الطالب على تصميم وتقييم استراتيجيات التسويق العالمي للمنتجات والخدمات ..	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
● المعرفة والفهم :- ● 1- المفاهيم الاساسية للتسويق العالمي . ● 2- اطلاع الطالب على الانظمة الفرعية للتسويق العالمي ● 3- دور الانظمة الفرعية في تحقيق اهداف المنظمة في البقاء والنمو .	الاستراتيجية

- ويتم اعتماد مجموعة من طرق التعليم لتحقيق ذلك من خلال :-
- 1- استخدام السبورة
- 2-اللابتوب في عرض المحاضرة
- 3-انشاء الصف الدراسي وتتوفر فيه المحاضرات واجوبة الامتحانات بعد ادائها للتعرف على كيفية الاجابة الصحيحة
- 4- طريقة المناقشة .
- 5- محاضرات الكترونية لتعويض ايام العطل .
- 6-واجبات بيتية لتعزيز قدرتهم على مهارات الطالب في مادة التسويق العالمي للمنتجات والخدمات لتقديمها بصورة افضل لتنافس المنتجات العالمية لدول اخرى ...

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	ادراك مفهوم التسويق العالمي	مفهوم التسويق العالمي	نظري	متابعة ومناقشة المحاضرة وتوجيه عدد من الاسئلة
2	3	فهم اهداف التسويق العالمي	فهم اهداف التسويق العالمي	نظري	متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة
3	3	ان يتمكن الطالب من معرفة اهمية التسويق العالمي	اهمية التسويق العالمي	نظري	متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة واختبار
4	3	يتعرف الطالب على الفرق بين التسويق العالمي والتسويق المحلي	الفرق بين التسويق العالمي والتسويق المحلي	نظري	متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة والملاحظات اثناء الحوار والمناقشات
5	3	يتعرف الطالب على ادوات التسويق العالمي	ادوات التسويق العالمي	نظري	متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتقديم العروض التي يقوم بها الطلبة
6	2		امتحان الشهر الاول		
7	3	يتمكن الطالب من التعرف فهم البيئة التسويقية	البيئة التسويقية	نظري	متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة
			زيارة علمية		
8	3	ادراك الطالب مبررات التحول الى التسويق العالمي	مبررات التحول الى التسويق العالمي	نظري	متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة
9	3	يتمكن الطالب من التعرف على فهم العوامل المؤثرة في التسويق العالمي	العوامل المؤثرة في التسويق العالمي	نظري ومدمج	متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة

متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة واختبار	نظري	اليات التسويق العالمي	يتمكن الطالب من التعرف على اليات التسويق العالمي	3	10
		امتحان الشهر الثاني		2	11
متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة	نظري ومدمج	متغيرات البيئة التسويقية العالمية	يتمكن الطالب من التعرف فهم متغيرات البيئة التسويقية العالمية	3	12
متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة	نظري	المزيج التسويقي العالمي للسلع والخدمات	ادراك وفهم المزيج التسويقي العالمي للسلع والخدمات	3	13
متابعة ومناقشة المحاضرة السابقة وتوجيه عدد من الاسئلة	نظري ومدمج	الوسطاء في التسويق العالمي وفهم التحديات	ادراك الوسطاء في التسويق العالمي وفهم التحديات	3	14
امتحان			امتحان نهاية الكورس	3	15

## 11. تقييم المقرر

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

## 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد كتاب منهجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
1-الكتب المتوفرة في مكتبة الكلية الخاصة بقسم ادارة التسويق . 2- كتاب التسويق المعاصر -د. نظام موسى سويدان، 2022. 3- استراتيجيات التسويق من منظور متكامل -د. محمد عواد الزيادات & د. محمد عبدالله العوامرة 2024 .	المراجع الرئيسية (المصادر)

4- ادارة التسويق – أ.د.ثامر ياسر البكري ، 2002.	
مجموعة بحوث علمية منشورة في مجلات علمية ورسائل جامعية متخصصة في ادارة التسويق والتسويق العالمي	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مجموعة من المواقع والمنتديات الالكترونية.	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم المعاون العلمي: ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدير المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

تسعى إلى تقديم تعليم جامعي عالي الجودة يواكب التطورات التقنية الحديثة في مجال تقنيات الإنترنت يركز البرنامج على تنمية المهارات المعرفية والعملية للطلبة بما يعزز قدرتهم على الاستخدام الفعال للتقنيات الرقمية في سوق العمل كما يسهم في دعم البحث العلمي وخدمة المجتمع من خلال توظيف تطبيقات الإنترنت بصورة مبتكرة وفعالة.

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفيا وتقنيا قادره على توظيف مهاراتهم الرقمية في دعم مؤسسات المجتمع المختلفة وتطوير أداءها من خلال تزويد الطلاب بأساس علمي وتطبيقي رصين يواكب المعايير العالمية من المستويات الدراسية المعمقة لتحقيق اهدافهم وتطلعاتهم يسهم في بناء مسار مهني ناجح بما يضمن التوافق مع المعايير العالمية للتخصص فضلا عن وتعزيز البحث العلمي وخدمة المجتمع.

## 3. اهداف البرنامج

- تخريج طلبة يمتلكون أساسيات المعرفة التقنية والمهارات العملية في مجال الإنترنت وتطبيقاته بما ينسجم مع متطلبات سوق العمل الحالية والمستقبلية.
- تنمية قدرات الطلبة المتميزين علميا وتشجيعهم على مواصلة التعلم والتخصص في مجالات تقنية المعلومات والاتصالات.
- تعزيز شخصية الطالب العلمية والفكرية والاجتماعية من خلال الاستخدام الواعي والأمن لتقنيات الإنترنت.
- الإسهام في خدمة المجتمع المحلي عبر توظيف تطبيقات الإنترنت في دعم الأنشطة التعليمية والخدمية والبحثية اللازمة لخدمة كافة القطاعات الاقتصادية في المجتمع.
- تعزيز التواصل والتكامل مع مؤسسات القطاعين العام والخاص بما يسهم في تطوير محتوى المادة وفق متطلبات الواقع العملي.
- تشجيع الطلبة على إعداد بحوث ودراسات تطبيقية في مجال الإنترنت تسهم في معالجة مشكلات تقنية ومجتمعية معاصرة.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

ملاحظات	النسبة المئوية	وحدة دراسية	عدد المقررات	هيكل البرنامج
				متطلبات المؤسسة
				متطلبات الكلية

متطلبات القسم			
التدريب الصيفي			
أخرى			

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

## 7 . وصف البرنامج

الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	اساسيات الانترنت	3q25w5bi	
		المرحلة الاولى		الاولى / الاول
		المرحلة الثانية		الثانية / الثاني
15	30	المرحلة الثالثة		الثالثة / الثالث
		المرحلة الرابعة		الرابعة / الرابع

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

مخرجات التعلم 1: ان يتمكن المتخرج من تنظيم المعرفة واستيعاب المعلومات المرتبطة به وتخزينها لاستخدامها بكفاءة في المواقف التعليمية والعملية المستقبلية	بيان نتائج التعلم 1: تمكين الطالب من توظيف معارفه النظرية والعملية في استخدام خدمات الإنترنت وأدواته الأساسية بما يدعم أداءه الأكاديمي والتطبيقي .
---	--

### المهارات

مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من قادراً على تحليل المعلومات والبيانات الرقمية المتاحة عبر الإنترنت وإعادة توظيفها بصورة منهجية لحل المشكلات التقنية مع تنمية قدرته على التفكير التحليلي المبني على أسس علمية ومنهج البحث.	بيان نتائج التعلم 2: تمكين المتخرج من إنجاز المهام المرتبطة باستخدام تطبيقاته الإنترنت بكفاءة وفاعلية وبما يسهم في تحسين أدائه الأكاديمي والعملية.
مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من تقييم الظواهر والتقنيات المرتبطة بالإنترنت تقييماً موضوعياً بعيداً عن الانطباعات الشخصية والأحكام غير العلمية.	بيان نتائج التعلم 3: الاعتماد على التحليل المنطقي والعلمي للظواهر واتخاذ قرارات مدروسة في استخدام تقنيات الشبكات وخدماتها في مجال ادارة التسويق.

### القيم

مخرجات التعلم 4: تزويد الطالب بالقيم الأساسية التي توجه عمله بما يعزز روح العمل الجماعي والمسؤولية الرقمية واحترام أخلاقيات التعامل الإلكتروني والسعي نحو التميز الأكاديمي وتكافؤ الفرص.	بيان نتائج التعلم 4: ترسيخ القيم المهنية والأكاديمية لدى الطلبة وجعلها منطلقاً لسلوكهم العلمي والعملية في المستقبل.
مخرجات التعلم 5: تعزيز وعي الطالب بدوره المجتمعي والايمان بأخلاقيات المهنة وجودة الأداء في إنجاز الأعمال الرقمية والتفاعل الإيجابي مع المجتمع المعلوماتي	بيان نتائج التعلم 5: بناء ملاكات ادارية يمتلكون قيماً رقمية أخلاقية تسهم في خدمة المجتمع.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- استخدام السبورة
- حلول بيتية
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس	دكتوراه	احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.

<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير تير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير تير	قحطان شلاش حسن	14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير ر	احمد غالب بديوي علي الحميري	15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير ر	احمد علي عبد الله	16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	معزز قحطان خلف عبد	17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	وضاح خضر احمد	19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	شاكر محمود رقاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير ر	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير ر	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الأهداف الموضوعية.
2. ان الأهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الأهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

### 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

### 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

البرامج الحديثة المستخدمة في وسائل التواصل والتطبيقات واستخدامها في مجالات التسويق

### 14. خطة تطوير البرنامج

- 1-انجاز بحوث علمية رصينة ومفيدة لتخدم سوق العمل من الناحية التكنولوجية والرقمية.
- 2-محاولة التركيز على اعداد قيادات شابة في مجال التخصص لرفد المنظمات العراقية بهم لخدمة عراقنا الحبيب.
- 3-مواكبة التطورات في البيئة وخصوصا التحولات الرقمية وتزويد الخريج المهارات اللازمة للتعامل مع متطلبات العصر الراهن والمستقبل.

### مخطط مهارات البرنامج

#### مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم	المهارات								المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
	ج4	ج3	ج2	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	أ4	أ3	أ2	أ1				
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة الأولى	اساسي	الاول	
													المرحلة الثانية	اساسي	الثاني	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة الثالثة	اساسي	الثالث	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة الرابعة	اساسي	الرابع	

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
اساسيات الانترنت	
2. رمز المقرر:	
3q25w5bi	
3. الفصل / السنة :	
2026 / 2025	
الكورس الاول / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف:	
2026/5/2	
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والكتروني	
محاضرات ورقية + محاضرات الكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالاضافة الى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الانترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة	
45 ساعة/ في كل اسبوع 3 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)	
الاسم :م.حنان محمد ابراهيم الايمل: <a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu.iq">hanan.m.ibraheem@tu.edu.iq</a> الاسم :م.م. احمد علي عبدالله الايمل: <a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	<p>فهم مفاهيم اساسية: تعريف الانترنت، الشبكات، بروتوكولات الاتصال) مثل (tcp/ip ، الخوادم، العملاء، عناوين ip، النطاقات، (Domains))</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• استخدام المتصفحات : التنقل بين المواقع الإلكترونية، استخدام محركات البحث Google Bing، حفظ الاشارات المرجعية، ادارة علامات التبويب.</li><li>• البريد الإلكتروني: انشاء حساب بريد الكتروني ، كتابة رسائل البريد الإلكتروني، ارسال واستقبال المرفقات، ادارة صندوق البريد.</li><li>• الادمان على الانترنت: مخاطر الانترنت (الاحتيال، الفيروسات، التنمر الإلكتروني)، حماية الخصوصية، كلمات المرور القوية، التعامل مع الرسائل المرغوب فيها.</li><li>• مواقع التواصل الاجتماعي: فهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الاثار الايجابية والسلبية، الاستخدام المسؤول.</li><li>• الآداب الإلكترونية: اتباع قواعد السلوك الجيد على الانترنت، احترام الآخرين، عدم نشر معلومات شخصية حساسة.</li></ul>

- زيادة خبرة ومعرفة الطلبة في مجال الانترنت الخاصة بالنماذج الادارية والعلمية واهميتها بالنسبة للعلوم الادارية بشكل عام وادارة التسويق بشكل خاص

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

الاستراتيجية	الاهداف المعرفية:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• توسيع وفتح افاق التعلم ومواكبة المستجدات التكنولوجية في كل المجالات</li> <li>• تعريف الطالب بمادة اساسيات الانترنت .</li> <li>• توضيح المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بأساسيات الانترنت .</li> <li>• جعل الطالب مهتما بالمادة العلمية التي يدرسها.</li> <li>• تدريب الطلبة على تطبيق ما تعلموه وتطبيقه بشكل عملي على المتغيرات العلوم الادارية .</li> <li>• تمكين الطلبة من مهارات التحليل والتفسير العلمي.</li> <li>• تنمية قوة المهارة والاستنتاج واتخاذ القرار لدى الطالب.</li> <li>• تدريب الطلبة في الية عمل الانترنت وكيف يكون مستقبل الطلبة والمجتمع وربطها بالافكار التسويقية</li> <li>• تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بمفهوم اساسيات الانترنت والخصائص الرئيسية التي تميزها وكذلك توضيح الية عملها فضلا عن كل ما يتعلق بها من توظيف وتحديد الاساليب المتبعة في جمع البيانات والبحث عن المعلومات وفق ما يحتاجه الطالب في كل المجالات</li> </ul>	

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	الانترنت	الشبكة العنكبوتية، متصفح الويب، الية عمل الانترنت، متطلبات الاتصال بالانترنت ،انواع المتصفحات، طرق الحصول على خدمات الانترنت،	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
2	3	الانترنت	اقسام المواقع الالكترونية، اصناف المواقع الالكترونية، اهمية خدمات الانترنت، السلبيات، عنوان بروتوكول الانترنت، طرق الحصول على عنوان بروتوكول الانترنت	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
3	3	الانترنت	اجزاء عنوان بروتوكول الانترنت، متصفح كوكل كروم، طرق الالبحث عن المعلومات، تغيير الصفحة الرئيسية الى موقع كوكل، البحث في كوكل	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
4	3	الانترنت	الكلمة الدلالية، البحث المتقدم، حفظ الصفحات المفضلة، الباحث العلمي، الريد الالكترونى، بريد الكترونى لشركة كوكل، عمل حساب جيميل في الحاسوب	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
5	3	محاضرة عملي	مراجعة الموضوعات اعلاه بشكل عملي	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
6	3	امتحان	امتحان	حضورى والكترونى	امتحان
7	3	حساب جيميل	عمل حساب جيميل عبر التطبيق، الدخول الى بريد جيميل، ارسال رسالة نصية عبر جيميل، انشاء بريد الكترونى لشركة	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة

		مايكروسوفت			
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	الدخول الى اوتلوك، ارسال رسالة في اوتلوك، انشاء بريد لشركة ياهو، الدخول الى بريد ياهو، ارسال رسالة عبر ياهو	الانترنت	3	8
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	الرسائل الواردة والرد وكيفية التحويل، مميزات كوكل كروم، حماية حساب كوكل كروم	حساب ياهو	3	9
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	تطبيق الموضوعات عمليا عبر برنامج كوكل ميت	محاضرة عملي	3	10
امتحان	حضورى والكترونى	امتحان	امتحان	3	11
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	انشاء حساب للأطفال، تطبيق لثك فاملي، شروط التطبيق، المميزات، اعداد التطبيق، تفعيل المزامنة وايقافها	انشاء حساب	3	12
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	الملئ التلقائى، حذف البيانات، التعليم الالكترونى، الحوسبة السحابية، الاهمية	كوكل والتعليم الالكترونى	3	13
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	المكونات، الخصائص، الفوائد، امثلة عن الحوسبة السحابية، مزايا الحوسبة في التعليم، اخلاقيات التكنولوجيا	الحوسبة السحابية	3	14
امتحان	حضورى والكترونى	امتحان	امتحان	3	15

### 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماتها.

### 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد كتاب منهجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
	المراجع الرئيسة (المصادر)
قصص النجاح لشركات التسويق عبر الانترنت	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
المواقع الالكترونية التي تخص الانترنت بشكل عام ومواقع التسوق كونها تدرس في قسم التسويق، وفيديوهات تعليمية	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم ادارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات )

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم المعاون العلمي: ا.د.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: خلدون عبد الله خلف  
التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدير المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

تسعى إلى تقديم تعليم جامعي عالي الجودة يواكب التطورات بالطرق والاساليب الحديثة في مجال المعرفة التسويقية يركز البرنامج على تنمية المهارات المعرفية والعملية للطلبة بما يعزز قدرتهم على الاستخدام الفعال للمعرفة الرقمية في سوق العمل كما يسهم في دعم البحث العلمي وخدمة المجتمع من خلال توظيف المعرفة بصورة مبتكرة وفعالة.

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفيا وتقنيا قادرة على توظيف مهاراتهم المعرفية في دعم مؤسسات المجتمع المختلفة وتطوير أدائها من خلال تزويد الطلاب بأساس علمي وتطبيقي رصين يواكب المعايير العالمية من المستويات الدراسية المعمقة لتحقيق اهدافهم وتطلعاتهم يسهم في بناء مسار مهني ناجح بما يضمن التوافق مع المعايير العالمية للتخصص فضلا عن وتعزيز البحث العلمي وخدمة المجتمع.

## 3. اهداف البرنامج

- تخريج طلبة يمتلكون أساسيات المعرفة والمهارات العملية في مجال ادارة المعرفة التسويقية واساليبها بما ينسجم مع متطلبات سوق العمل الحالية والمستقبلية.
- تنمية قدرات الطلبة المتميزين علميا وتشجيعهم على مواصلة التعلم والتخصص في مجالات ادارة المعرفة.
- تعزيز شخصية الطالب العلمية والفكرية والاجتماعية من خلال الاستخدام الجيد لتقنيات ادارة المعرفة
- الإسهام في خدمة المجتمع المحلي عبر توظيف المعرفة في دعم الأنشطة التعليمية والخدمية والبحثية اللازمة لخدمة كافة القطاعات الاقتصادية في المجتمع.
- تعزيز التواصل والتكامل مع مؤسسات القطاعين العام والخاص بما يسهم في تطوير محتوى المادة وفق متطلبات الواقع العملي.
- تشجيع الطلبة على إعداد بحوث ودراسات تطبيقية في مجال ادارة المعرفة التسويقية التي تسهم في معالجة مشكلات تقنية ومجتمعية معاصرة.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة				

				متطلبات الكلية
				متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

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

## 7 . وصف البرنامج

الساعات المعتمدة	اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
	ادارة المعرفة التسويقية	3q25w5bi	الاولى / الاول
	المرحلة الاولى		الثانية/ الثاني
	المرحلة الثانية		الثالثة/ الثالث
30	المرحلة الثالثة		الرابعة/ الرابع
	المرحلة الرابعة		

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

المعرفة	
مخرجات التعلم 1: ان يتمكن المتخرج من تنظيم المعرفة واستيعاب المعلومات المرتبطة به وتخزينها لاستخدامها بكفاءة في المواقف التعليمية والعملية المستقبلية	بيان نتائج التعلم 1: تمكين الطالب من توظيف معارفه النظرية والعملية في استخدام المعرفة التسويقية بما يدعم أداءه الأكاديمي والتطبيقي .
المهارات	
مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من قادراً على تحليل المعلومات لادارة المعرفة وإعادة توظيفها بصورة منهجية لحل مشكلات المؤسسات بكافة انواعها مع تنمية قدرته على التفكير التحليلي المبني على أسس علمية ومنهج البحث.	بيان نتائج التعلم 2: تمكين المتخرج من إنجاز المهام المرتبطة باستخدام المعلومات المعرفية بكفاءة وفاعلية وبما يسهم في تحسين أدائه الأكاديمي والعملية.
مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من تقييم الظواهر والتقنيات المرتبطة بالمعرفة	بيان نتائج التعلم 3: الاعتماد على التحليل المنطقي والعلمي للظواهر واتخاذ قرارات مدروسة في استخدام تقنيات والاسس للمعرفة التسويقية في مجال ادارة التسويق.
القيم	
مخرجات التعلم 4: تزويد الطالب بالقيم الأساسية التي توجه عمله بما يعزز روح العمل الجماعي والسعي نحو التميز الأكاديمي وتكافؤ الفرص.	بيان نتائج التعلم 4: ترسيخ القيم المهنية والأكاديمية لدى الطلبة وجعلها منطلقاً لسلوكهم العلمي والعملية في المستقبل.
مخرجات التعلم 5: تعزيز وعي الطالب بدوره المجتمعي والايمان بأخلاقيات المهنة وجودة الأداء في إنجاز الأعمال المعرفية والتفاعل الإيجابي مع المجتمع المعلوماتي	بيان نتائج التعلم 5: بناء ملاكات ادارية يمتلكون قيماً أخلاقية تسهم في خدمة المجتمع.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- استخدام السبورة
- واجبات بيتية حول الحلول لمشكلات او ازمان تسويقية تطراً خلال فترات الدراسة
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس	دكتوراه	احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.

<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	احمد علي عبد الله	16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معزز قحطان خلف عبد	17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	شاكر محمود رقاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

كتاب (المعرفة التسويقية مدخل لادارة الازمات التسويقية) للمؤلف الدكتورة ولاء جمال الدين نوري ومراجعة الدكتورة نجلة يونس محمد ال مراد/كتاب (الادارة في المنظمات الافتراضية) للمؤلف أ.د. شوقي ناجي جواد و أ.د. مزهر شعبان العاني الاطاريح والرسائل والبحوث والمقالات التي درست المعرفة التسويقية والاهتمام بالجانب الذي يخص التسويق مع الاخذ بالجوانب الاخرى التي اخذها الباحثين ضمن مجال بحثهم

## 14. خطة تطوير البرنامج

- 1-انجاز بحوث علمية رصينة ومفيدة لتخدم سوق العمل من الناحية المعرفية بما يتناسب مع البيئة الرقمية.
- 2-محاولة التركيز على اعداد قيادات شابة في مجال التخصص لرفد المنظمات العراقية بهم لخدمة عراقنا الحبيب.
- 3-مواكبة التطورات في البيئة وخصوصا التحولات الرقمية وتزويد الخريج بالمهارات اللازمة للتعامل مع متطلبات العصر والمستقبل.

## مخطط مهارات البرنامج

### مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم	المهارات								المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
	ج1	ج2	ج3	ج4	ب1	ب2	ب3	ب4	أ1	أ2	أ3	أ4				
ج4	ج3	ج2	ج1	ب4	ب3	ب2	ب1	أ4	أ3	أ2	أ1		المرحلة الأولى		الاول	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي				
													المرحلة الثانية		الثاني	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي				

														المرحلة		الثالث
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
														المرحلة		الرابع
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

### نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
ادارة المعرفة التسويقية	
2. رمز المقرر:	
3q25w5bi	
3. الفصل / السنة :	2026 / 2025
الكورس الثاني / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف:	2026/3/6
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والالكتروني	
محاضرات ورقية + محاضرات الكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + تدريب صيفي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة	
30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم: م.حنان محمد ابراهيم الايمل: hanan.m.ibraheem@tu.edu.iq	
الاسم: م.م هشام سامي ذياب الايمل: husham.sami@tu.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	
فهم مفاهيم اساسية: تعريف ادارة المعرفة والمعرفة التسويقية واسس ايجاد المعرفة ومتطلبات تطبيقها واسباب الاهتمام بدراسة تلك الادارة والمراحل والخصائص ومعرفة الابعاد لاستخدام ادارة المعرفة التسويقية وتسليط الضوء على العوامل المؤثرة في مجالات المعرفة التسويقية والتعرف على المعوقات التي تواجه انشاء المعرفة التسويقية وما هو دور تلك المعرفة في مواجهة الازمات التسويقية من خلال الاستراتيجيات المتبعة او التي ستبعب كحلول بديلة لمواجهة تلك الازمات وزيادة خبرة الطلبة في مجال ادارة المعرفة بالنماذج الادارية والعلمية واهميتها بالنسبة للعلوم الادارية بشكل عام وادارة التسويق بشكل خاص	

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

### الاستراتيجية

- توسيع وفتح افاق التعلم ومواكبة المستجدات التكنولوجية في كل المجالات
- الاهداف المعرفية:
- تعريف الطالب بمادة ادارة المعرفة التسويقية .
- توضيح المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بأساسيات ادارة المعرفة .
- جعل الطالب مهتما بالمادة العلمية التي يدرسها.
- تدريب الطلبة على تطبيق ما تعلموه وتطبيقه بشكل عملي على المتغيرات العلوم الادارية .
- تمكين الطلبة من مهارات التحليل والتفسير العلمي.
- تنمية قوة المهارة والاستنتاج واتخاذ القرار لدى الطالب.
- تدريب الطلبة في الية المعرفة وكيف يكون مستقبل الطلبة والمجتمع وربطها بالافكار التسويقية وتهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بمفهوم ادارة المعرفة والخصائص الرئيسية التي تميزها وكذلك توضيح الية عملها فضلا عن كل ما يتعلق بها من توظيف وتحديد الاساليب المتبعة في جمع البيانات والبحث عن المعلومات وفق ما يحتاجه الطالب في كل المجالات

## 10. بنية المقرر

اسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	ادارة المعرفة	تعريف ادارة المعرفة، انواع ادارة المعرفة، اهمية، نماذج ادارة المعرفة	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
2	3	ادارة المعرفة	فوائد ادارة المعرفة، اهداف ادارة المعرفة، خصائص، متطلبات تطبيق ادارة المعرفة، اسباب الاهتمام بدراسة ادارة المعرفة	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور وامتحان يومى
3	3	المعرفة والقيمة	المعرفة والقيمة، العلاقة بين الافراد والتكنولوجيا، مناقلة وتحويل المعرفة في المنظمات الافتراضية	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
4	3	المعرفة التسويقية	الجذور التاريخية للمعرفة التسويقية، مفهوم المعرفة التسويقية، اهمية، تصنيفات، مراحل ادارة المعرفة التسويقية	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
5	3	امتحان الشهر الاول	امتحان	حضورى	المشاركة بالامتحان
6	3	المعرفة التسويقية	اسس ايجاد المعرفة التسويقية، استراتيجيات ادارة المعرفة التسويقية، العمليات، سلسلة القيمة، فوائد	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
7	3	المعرفة التسويقية	انماط ادارة المعرفة التسويقية، طبيعة الاستخدام، منظور استخدام المعرفة التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
8	3	المعرفة التسويقية	الابعاد الرئيسية والفرعية لاستخدام ادارة المعرفة التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة مع امتحان يومى
9	3	المعرفة	العوامل المؤثرة على استخدام ادارة المعرفة التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة

			التسويقية		
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	مجالات المعرفة التسويقية	المعرفة التسويقية	3	10
امتحان	حضورى	امتحان الشهر الثانى	امتحان	3	11
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	ابعاد المعرفة التسويقية	المعرفة التسويقية	3	12
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	مداخل توليد المعرفة التسويقية	المعرفة التسويقية	3	13
الحضور والمشاركة	حضورى والكترونى	العوامل التي تعيق انشاء المعرفة التسويقية	المعرفة التسويقية	3	14
الحضور والمشاركة مع امتحان يومى	حضورى والكترونى	دور المعرفة التسويقية في مواجهة الازمة التسويقية	المعرفة التسويقية	3	15

### 11. تقييم المقرر

توزع 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماها.

### 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد كتاب منهجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
كتاب (المعرفة التسويقية مدخل لادارة الازمات التسويقية) للمؤلف الدكتورة ولاء جمال الدين نوري ومراجعة الدكتورة نجلة يونس محمد ال مراد	المراجع الرئيسة (المصادر)
1-كتاب (الادارة في المنظمات الافتراضية) للمؤلف أ.د. شوقي ناجي جواد و أ.د. مزهر شعبان العاني 2-وكذلك قصص النجاح لشركات التسويق وكيفية الاستفادة من المعرفة بشكل عام والمعرفة التسويقية بشكل خاص 3-الاستفادة من الاطاريح والرسائل والبحوث والمقالات التي درست المعرفة التسويقية والاهتمام بالجانب الذي يخص التسويق مع الاخذ بالجوانب الاخرى التي اخذها الباحثين ضمن مجال بحثهم	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)

المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

المواقع الالكترونية بشكل عام ومواقع التسوق كونها تدرس

في قسم التسويق ، وفيديوهات تعليمية

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم إدارة التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق


اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات )

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف: 2025/9/1

التوقيع:   
اسم المعاون العلمي: ا.م.د.أ. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:   
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدير المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد 

## 1. رؤية البرنامج

يسعى مقرر بحوث التسويق إلى إعداد طلبة يمتلكون المعرفة والمهارات البحثية الحديثة القادرة على تحليل المشكلات التسويقية واتخاذ القرارات العلمية المبنية على البيانات، بما يواكب متطلبات سوق العمل والتطورات الحديثة في مجال التسويق والأعمال.

## 2. رسالة البرنامج

زويد الطلبة بالمعارف والمهارات البحثية والتطبيقية اللازمة لجمع وتحليل البيانات التسويقية وتفسيرها، بما يسهم في دعم اتخاذ القرارات التسويقية بكفاءة، وتعزيز القدرة على حل المشكلات وفق أسس علمية وأخلاقية تلبي احتياجات سوق العمل والمجتمع.

## 3. أهداف البرنامج

- تعريف الطلبة بمفهوم بحوث التسويق وأهميتها في بيئة الأعمال.
- تنمية قدرة الطلبة على تحديد المشكلات التسويقية وصياغتها علمياً.
- تدريب الطلبة على إعداد وتصميم البحوث التسويقية وفق خطوات منهجية.
- إكساب الطلبة مهارات جمع البيانات باستخدام الأدوات البحثية المختلفة.
- تطوير مهارات تحليل البيانات وتفسير النتائج لاتخاذ القرارات التسويقية.
- تعزيز قدرة الطلبة على إعداد التقارير البحثية بصورة علمية منظمة.
- تنمية التفكير التحليلي والنقدي في معالجة القضايا التسويقية.
- ربط الجانب النظري بالتطبيق العملي في مجال بحوث التسويق.
- توظيف التقنيات الحديثة والبرامج الإحصائية في البحث التسويقي.
- تعزيز الالتزام بالأخلاقيات المهنية والعلمية في إجراء البحوث..

## 4. الاعتماد البرامجي

هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي؟ ومن أي جهة؟ كلا

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة				
متطلبات الكلية				
متطلبات القسم				
التدريب الصيفي				
أخرى				

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

7 . وصف البرنامج				
السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة	
	AEMM25-M204	بحوث التسويق	نظري	عملي
الاولى / الاول		المرحلة الاولى		
الثانية / الثاني		المرحلة الثانية		
الثالثة / الثالث		المرحلة الثالثة	3	
الرابعة / الرابع		المرحلة الرابعة		

8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج	
المعرفة	
مخرجات التعلم 1: ان يتمكن المتخرج من تحديد المشكلات التسويقية وتحليلها بطريقة علمية وتصميم وإجراء البحوث التسويقية وفق منهجية صحيحة.	بيان نتائج التعلم 1: تمكين الطالب من إيضاح المفاهيم الأساسية لبحوث التسويق وأهميتها وفهم خطوات العملية البحثية في المجال التسويقي.
المهارات	

<p>بيان نتائج التعلم 2: تمكين المتخرج من إعداد التقارير البحثية وعرض النتائج بصورة مهنية واستخدام الأساليب الإحصائية والبرامج الحديثة في البحث التسويقي.</p>	<p>مخرجات التعلم 2: تحليل البيانات وتفسير النتائج لدعم اتخاذ القرار التسويقي</p>
<p>بيان نتائج التعلم 2: تمكين المتخرج من ادراك دور بحوث التسويق في دعم القرارات الإدارية والتسويقية.</p>	<p>مخرجات التعلم 3: فهم المبادئ الأساسية لتحليل البيانات التسويقية والتعرف على طرق إعداد التقارير البحثية العلمية..</p>
<b>القيم</b>	
<p>بيان نتائج التعلم 4: ترسيخ القيم المهنية والأكاديمية لدى الطلبة وجعلها منطلقاً لسلوكهم العلمي والعملية في المستقبل</p>	<p>مخرجات التعلم 4: تزويد الطالب بالقيم الأساسية التي توجه عمله بما يعزز روح العمل الجماعي والمسؤولية واحترام أخلاقيات المهنة والسعي نحو التميز الأكاديمي وتكافؤ الفرص.</p>
<p>بيان نتائج التعلم 5: بناء ملاكات ادارية يمتلكون قيماً في إدارة النزاعات تسهم في خدمة المجتمع.</p>	<p>مخرجات التعلم 5: تعزيز وعي الطالب بدوره المجتمعي والايمان بأخلاقيات المهنة وجودة الأداء في إنجاز الأعمال واتخاذ القرارات والتفاعل الإيجابي مع المجتمع.</p>
<b>9. استراتيجيات التعليم والتعلم</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● استخدام السبورة</li> <li>● حلول بيتية</li> <li>● محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها</li> <li>● التعليم المدمج</li> </ul>	
<b>10. طرائق التقييم</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● الامتحانات</li> <li>● متابعة الواجبات البيتية</li> <li>● التفاعل المباشر مع الطلبة</li> <li>● العصف الذهني</li> </ul>	

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13.
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14.
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	15.
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>					احمد علي عبد الله	16.
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معزز قحطان خلف عبد	17.
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18.
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	19.

<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبه ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	شاكور محمود ركاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	زيد ثابت شاكور عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

الرسائل والاطاريح المتاحة على شبكة الانترنت

## 14. خطة تطوير البرنامج

1. تحديث مفردات المقرر بما يواكب التطورات الحديثة في التسويق الرقمي وبحوث التسويق .
2. إدخال التطبيقات العملية ودراسات الحالة الواقعية في العملية التعليمية .
3. تعزيز استخدام البرامج الإحصائية والتقنيات الحديثة في تحليل البيانات .
4. تطوير مهارات الطلبة في إعداد الاستبانات والتقارير البحثية العلمية .
5. ربط المقرر باحتياجات سوق العمل والمؤسسات التسويقية الحديثة .
6. اعتماد أساليب تدريس تفاعلية مثل التعلم الإلكتروني والعمل الجماعي.

## مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم	المهارات				المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى			
	1ج	2ج	3ج	4ج	1ب	2ب	3ب	4ب					1أ	2أ	3أ
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة الأولى	المرحلة الأولى	الاول
													المرحلة	المرحلة	الثاني
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة	المرحلة	الثالث
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة	المرحلة	الرابع
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة	المرحلة	الرابع
	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المرحلة	المرحلة	الرابع

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
بحوث التسويق	
2. رمز المقرر:	
AEMM25-M204	
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025	
الكورس الثاني / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف: 2026/3/8	
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري	
محاضرات ورقية + محاضرات الكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالإضافة الى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الانترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة	
45 ساعة كل أسبوع 3 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم : أ.م.د. علي احسان عبدالكريم	الايمل: <a href="mailto:alikumait@tu.edu.iq">alikumait@tu.edu.iq</a>
الاسم: م.م. سارة بهاء أنور	الايمل: <a href="mailto:sarabaha94@tu.edu.iq">sarabaha94@tu.edu.iq</a>
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف الطالب بالمبادئ العلمية الأساسية لبحوث التسويق ومهارات تحديد المشكلات التسويقية ومسبباتها بهدف التعرف على البدائل الممكنة للحل والالمام بصياغة الفرضيات واعداد استمارات الاستبيان وطرق</li> </ul>

القياس والتحليل وكتابة التقرير النهائي لاتخاذ القرارات التسويقية في ضوء التوصيات والنتائج المستحصلة من البحث التسويقي

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

الاستراتيجية

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3 ساعات	نظرية وعملية	مقدمة في بحوث التسويق	المحاضرة المناقشة العرض، الوصف	امتحان نظري + مشاركات + تقارير + حضور
2			تنظيم البحث التسويقي		
3			بيئة بحوث التسويق		
4			اعداد استمارة الاستبيان		
5			أنواع العينات في بحوث التسويق		
6			طرق وأساليب تحديد حجم العينة		
7			تحليل ومراجعة وتفسير البيانات التسويقية		
8			اعداد البحوث التسويقية		
9			مراجعة البيانات المحصلة من البحث التسويقي		
10			اعداد وتقديم التقرير النهائي		
11			المهارات المطلوبة في البحث التسويقي		
12			اثر ثبات وصدق الاستبانة على النتائج النهائية للبحث		
13			تحليل البيانات التسويقية		
14			الجهات المسؤولة عن التسويق الدولي		

		امتحان فصلي		15
--	--	-------------	--	----

### 11. تقييم المقرر

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

### 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
الرسائل والاطاريح المتاحة على شبكة الانترنت	المراجع الرئيسة (المصادر)
حالات دراسية والتقارير ذات الصلة	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
مواقع الانترنت	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات )

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم المعاون العلمي: ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل  
شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي  
اسم مدير شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي: خلدون عبد الله خلف  
التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدير المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

أن يكون برنامج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج IBM SPSS Statistics منارة علمية رائدة في تأهيل كوادر أكاديمية وبحثية قادرة على توظيف أدوات الإحصاء الحديثة بكفاءة ودقة عالية، وتحليل البيانات الكمية والنوعية تحليلاً احترافياً يسهم في رفد منظومة البحث العلمي ودعم صنع القرار في المؤسسات الأكاديمية والحكومية والتجارية، وصولاً إلى نتائج موثوقة تستوفي المعايير الدولية للنشر العلمي المحكم.

## 2. رسالة البرنامج

يسعى البرنامج إلى تمكين الطلبة والباحثين من اكتساب مهارات عملية متكاملة في تصميم الاستبيانات العلمية واختبار صدقها وثباتها، وإدخال البيانات ومعالجتها وتحليلها باستخدام برنامج IBM SPSS Statistics ، عبر منهجية تعليمية تجمع بين الأسس النظرية والتطبيق العملي المكثف، مما يمكن المتعلم من إنجاز دراسات إحصائية رصينة تتسجم مع متطلبات سوق البحث العلمي والقطاعات الحكومي والخاص محلياً وإقليمياً ودولياً.

## 3. أهداف البرنامج

- 1- تزويد الطالب بمفاهيم إحصائية راسخة تمكنه من فهم طبيعة البيانات وأنواعها وأساليب معالجتها.
- 2- تنمية قدرة الطالب على تصميم الاستبيان العلمي وصياغة فقراته وفق المعايير المنهجية المعتمدة دولياً.
- 3- إكساب الطالب مهارة إدخال البيانات وتعريف المتغيرات في بيئة برنامج IBM SPSS Statistics بدقة واحترافية.
- 4- تأهيل الطالب لإجراء اختبارات الصدق والثبات (Cronbach's Alpha) ، والتجزئة النصفية وتفسير نتائجها.
- 5- تمكين الطالب من تطبيق أدوات الإحصاء الوصفي (المتوسطات، والانحرافات المعيارية، والتوزيعات التكرارية ) ودراسة استكشاف البيانات.
- 6- تطوير مهارة الطالب في قراءة الرسوم البيانية وتحليلها وتوظيفها في تقارير البحثية.
- 7- إتقان الطالب لمعاملات الارتباط المختلفة (بيرسون، وسبيرمان، وكندال، والارتباط الجزئي) وتفسيرها.
- 8- تعريف الطالب بالموضوعات المتقدمة في تحليل الاستبيانات ودعمه لمواصلة الدراسات العليا والبحث المتخصص.
- 9- تعزيز منهجية التفكير الناقد لدى الطالب وقدرته على ربط النتائج الإحصائية بالواقع الميداني وسياقاته التطبيقية.
- 10- إعداد الطالب للعمل الاحترافي في مجالات التحليل الإحصائي وبحوث السوق والتقييم المؤسسي.

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة				
متطلبات الكلية				
متطلبات القسم				
التدريب الصيفي				
أخرى				

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

## 7. وصف البرنامج

السنة / المستوى	رمز المقرر أو المساق	اسم المقرر أو المساق	الساعات المعتمدة	
			نظري	عملي
	AEMM25_F312	التطبيقات الإحصائية في التسويق		
الأولى / الأول		المرحلة الأولى		
الثانية / الثاني		المرحلة الثانية		
الثالثة / الثالث		المرحلة الثالثة	20	10
الرابعة / الرابع		المرحلة الرابعة		

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

مخرجات التعلم 1: معرفة أنواع الاستبيانات (محاور / أسئلة مفردة ) وأجزائه ومتطلباته المنهجية.  
بيان نتائج التعلم 1: يُجيد الطالب تصميم استبيان علمي محكم متضمناً المحاور الديموغرافية ومحاور الدراسة، ويطبق شروط الاستبيان الجيد بصورة سليمة

### المهارات

مخرجات التعلم 2: ان يتمكن الطالب من إنشاء ملف البيانات وتعريف المتغيرات (اسمية، ترتيبية، تدخلية، كمية)  
بيان نتائج التعلم 2: تمكن الطالب من إنجاز ملف SPSS منظماً يتضمن تعريف كافة المتغيرات بأنواعها وتسمياتها وقيم البيانات.

مخرجات التعلم 2: ان يتمكن من مهارة تنفيذ اختبارات الصدق والثبات وتفسير مخرجاتها في SPSS.  
بيان نتائج التعلم 3: يُنتج الطالب جداول الإحصاء الوصفي وينسّقها ويُدرجها في التقارير البحثية

### القيم

مخرجات التعلم 4: النزاهة والأمانة العلمية في التعامل مع البيانات والنتائج الإحصائية  
بيان نتائج التعلم 4: يلتزم الطالب بالنزاهة في جمع البيانات وتحليلها ويُقدّم نتائج موضوعية بعيدة عن التحيز

مخرجات التعلم 5: الانفتاح الفكري وروح التعاون في السياقات البحثية والأكاديمية  
بيان نتائج التعلم 5: يشارك الطالب في العمل الجماعي وتبادل الخبرات البحثية وينفتح على التغذية الراجعة.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- استخدام السبورة
- حلول بيتية
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخص ص العام	اللقب العلمي	الشهاد ة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	.1
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	.2
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	.3
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	.4
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	.5
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	.6
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	.7
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	.8
<a href="mailto:Saij95@tu.edu.iq">Saij95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	.9
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	.10
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	.11
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	.12
<a href="mailto:sarabaha94@tu.edu.iq">sarabaha94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	.13
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	.14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	.15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>					احمد علي عبد الله	.16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معتز قحطان خلف عبد	.17

<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	وضاح خضر احمد	19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	هشام سامي نياح محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبة ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	شاكر محمود ركاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	نصير نياح جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير ر	لينة طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير ر	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير ر	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.

2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

كتاب الاحصاء الرياضي (امير حنا هرمز)

## 14. خطة تطوير البرنامج

يشهد سوق العمل المحلي والإقليمي طلباً متنامياً على محلي البيانات والباحثين المتخصصين في الأساليب الكمية، في ظل تنامي ثقافة اتخاذ القرار المبني على البيانات (Data-Driven Decision Making) في المؤسسات الحكومية والشركات والمراكز البحثية، ومن هنا تبرز ضرورة تطوير البرنامج بما يُجسّر الهوة بين المخرجات التعليمية ومتطلبات هذا السوق.

- 1- تحديث محتوى المقرر دورياً بإضافة الإصدارات الحديثة من برنامج SPSS ومستجدات الأساليب الإحصائية التطبيقية.
- 2- إدراج تدريبات عملية تحاكي بيئات العمل الفعلية من خلال دراسات حالة حقيقية من قطاعات الأعمال والصحة والتعليم.
- 3- ربط البرنامج بمتطلبات النشر في المجلات العلمية المحكمة المصنفة (Scopus, WOS) لتهيئة الطالب لمتطلبات الدراسات العليا.
- 4- تعزيز مخرجات البرنامج بمهارات التقرير والعرض التقديمي للنتائج الإحصائية أمام جمهور غير متخصص.
- 5- التنسيق مع مؤسسات وشركات محلية لإتاحة فرص التطبيق الميداني وإجراء مشاريع تحليل بيانات حقيقية.
- 6- استحداث ورش عمل متخصصة في موضوعات مكملة كالانحدار المتعدد، وتحليل العوامل، والتحليل العنقودي.
- 7- الاستفادة من منصات التعليم الإلكتروني والمحاكاة الافتراضية لتوسيع إمكانية الوصول وتعزيز التعلم الذاتي.
- 8- مراجعة البرنامج كل عامين من خلال لجنة تقييم أكاديمية تضم ممثلين من سوق العمل والخريجين.

## مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم				المهارات				المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
												المرحلة		الاول	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
												المرحلة		الثاني	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
												المرحلة		الثالث	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
												المرحلة		الرابع	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
التطبيقات الإحصائية في التسويق	
2. رمز المقرر:	
AEMM25_F312	
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025	
الكورس الثاني / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف:	
2025 - 10 - 1	
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والكتروني	
محاضرات ورقية + محاضرات الكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالإضافة الى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الانترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة	
30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)	
الإيميل: <a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a> الإيميل: <a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	الاسم: أ.م.د هبه ربيع شران الاسم: م.م. احمد علي عبدالله
8. اهداف المقرر	
تعريف الطالب بمفاهيم التحليل الاحصائي وكيفية عمل الاستبيان الورقي والالكتروني وتمكينه من حساب التكرارات والنسب المئوية والتعرف على مفاهيم النزعة المركزية والاختبارات المعلمية والغير معلمية	اهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	

تقوم استراتيجية التعليم والتعلم في هذا المقرر على منظومة متكاملة من الأساليب والمداخل التربوية الحديثة التي تُحوّل الطالب من متلقٍ سلبي إلى مشارك فاعل ومنتج للمعرفة، وذلك عبر المحاور الآتية:

- 1- يكلف الطالب بإنجاز مشروع تطبيقي متكامل خلال الفصل الدراسي يشمل : تصميم استبيان، وجمع البيانات من مجتمع حقيقي، وإجراء التحليلات الإحصائية الكاملة، وكتابة تقرير نهائي وفق المعايير الأكاديمية المعتمدة.
- 2- تُنظّم جلسات عمل ثنائية وجماعية تُتيح للطلبة تبادل الأدوار في إدخال البيانات وتحليلها ومناقشة النتائج، مما يعزز مهارات العمل الجماعي والتفكير النقدي المشترك.
- 3- يشجع الطالب على الاكتشاف الذاتي من خلال تجريب خيارات البرنامج المختلفة ومقارنة النتائج واستنتاج التفسيرات، بدلاً من الاقتصار على التلقين المباشر.
- 4- يوظّف التعليم الإلكتروني في تقديم المحتوى النظري عبر مقاطع فيديو تعليمية ومواد رقمية تفاعلية، بينما تُخصّص الجلسات الحضورية للتطبيق العملي في المختبر الحاسوبي والنقاش التفاعلي.
- 5- يعتمد التغذية الراجعة الفورية وتقييمات متقطعة ( اختبارات قصيرة، وتمارين تطبيقية داخل القاعة ) لمتابعة تقدم الطالب وتصويب المسار قبل الاختبارات الرسمية.
- 6- يزود الطالب بقوائم قراءة موجهة وأنشطة ذاتية إضافية تتعلق بتوسيع تطبيقات برنامج SPSS خارج نطاق المنهج الأساسي، مما يُبني استقلاليته الأكاديمية.

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	كيفية اجراء استبيان	الاستبيان	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
2	2	التعرف على البرنامج	نظرة عامة حول برنامج SPSS	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
3	2	كيفية التعامل مع متحولات البرنامج	تعريف المتحولات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
4	2	تحديد القيم المفقودة	القيم المفقودة	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
5	2	كيفية تحليل الاستبيان	تحليل الاستبيان	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
6	2	تحليل البيانات وكيفية تنظيمها	استكشاف البيانات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
7	2	كيفية التعامل مع القيم الشاذة والمفقودة	القيم الشاذة والقيم المفقودة	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحانات ومشاركات
8	2	التعرف على	الاحصاء الوصفي	محاضرات	امتحانات ومشاركات

	عملي ونظري وواجبات		الإحصاء الوصفي		
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	الرسوم البيانية	التعامل مع الرسوم البيانية	2	9
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	معاملات الارتباط	إيجاد العلاقات الترابطية بين المتغيرات المدروسة	2	10
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	معاملات الانحدار	تشكيل معادلات بالعلاقات الناتجة	2	11
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	المخططات البيانية	التعامل مع المخططات ودلائلها	2	12
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	الاختبارات المعلمية وغير معلمية	ماهية الاختبارات المعلمية وغير معلمية	2	13
امتحانات ومشاركات	محاضرات عملي ونظري وواجبات	امتحان فصلي		2	14

### 11. تقييم المقرر

توزع 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماتها.

### 12. مصادر التعلم والتدريس

التحليل الاحصائي للاستبيانات بأستخدام برنامج IBM SPSS Statistic غيث البحر و د. معن التنجي	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
التحليل الاحصائي للاستبيانات بأستخدام برنامج IBM SPSS Statistic غيث البحر و د. معن التنجي	المراجع الرئيسة (المصادر)
كتاب الاحصاء الرياضي (امير حنا هرمز)	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
لا يوجد	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت



## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف : 2025/9/1

التوقيع:  
اسم المعاون العلمي: ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدير المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

تسعى إلى تقديم تعليم جامعي عالي الجودة يواكب التطورات الحديثة في مجال البحث العلمي والتحليل المنهجي. يركز البرنامج على تنمية المهارات البحثية والمعرفية للطلبة بما يعزز قدرتهم على الاستقصاء والتحليل المنهجي في سوق العمل وتخصص التسويق. كما يسهم في دعم مسيرة البحث العلمي وخدمة المجتمع من خلال تقديم دراسات وبحوث تطبيقية ومبتكرة وفعالة.

## 2. رسالة البرنامج

تأمين مخرجات جامعية مؤهلة معرفياً ومنهجياً قادرة على توظيف مهارات البحث العلمي في دعم مؤسسات المجتمع المختلفة وتطوير أدائها. يتم ذلك من خلال تزويد الطلاب بأساس علمي وتطبيقي رصين يواكب المعايير العالمية في إعداد البحوث لتحقيق أهدافهم وتطلعاتهم، مما يسهم في بناء مسار مهني ناجح بما يضمن التوافق مع المعايير العالمية للتخصص، فضلاً عن تعزيز البحث العلمي وخدمة المجتمع.

## 3. اهداف البرنامج

- تمكين الطالب من فهم مفهوم البحث العلمي وأهميته في البيئة الأكاديمية .
- إكساب الطالب مهارات تصميم البحث واختيار المنهجية العلمية الملائمة .
- تدريب الطالب على جمع البيانات وتحليلها وتفسير نتائجها بأسلوب علمي سليم يخدم القطاعات الاقتصادية والتسويقية .
- تطوير قدرة الطالب على الكتابة الأكاديمية والتوثيق العلمي الصحيح .
- تعزيز قيم الأمانة العلمية والأخلاق البحثية لدى الطالب .

## 4. الاعتماد البرامجي

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

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج ؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
متطلبات المؤسسة				
متطلبات الكلية				
متطلبات القسم				
التدريب الصيفي				
أخرى				

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

7 . وصف البرنامج				
الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	مناهج البحث العلمي	MAM-1103	
		المرحلة الاولى		الاولى / الاول
		المرحلة الثانية		الثانية / الثاني
15	30	المرحلة الثالثة		الثالثة / الثالث
		المرحلة الرابعة		الرابعة / الرابع

8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج	
المعرفة	
<p><b>مخرجات التعلم 1:</b> أن يتمكن المتخرج من تنظيم المعرفة واستيعاب المفاهيم المرتبطة بالبحث العلمي وأنواعه وخصائصه الأساسية لاستخدامها بكفاءة في المواقف التعليمية والعملية المستقبلية.</p>	<p><b>بيان نتائج التعلم 1:</b> تمكين الطالب من توظيف معارفه النظرية لإدراك صفات الباحث العلمي والتزاماته الأخلاقية ومراحل البحث من الفكرة حتى التنفيذ بما يدعم أداءه الأكاديمي.</p>
المهارات	

<p><b>مخرجات التعلم 2:</b> أن يكون قادراً على صياغة مشكلة البحث، تحديد فرضياته العلمية، واختيار المنهج البحثي المناسب (الوصفي، التحليلي، التجريبي) وأدوات جمع البيانات لحل المشكلات.</p>	<p><b>بيان نتائج التعلم 2:</b> تمكين المتخرج من إنجاز المهام المرتبطة بجمع البيانات وتصنيفها وتفسير نتائجها بأسلوب علمي سليم يسهم في تحسين أدائه العملي</p>
<p><b>مخرجات التعلم 2:</b> أن يتمكن من كتابة البحث العلمي وفق الأساليب الأكاديمية المعتمدة وتوثيق المصادر والمراجع بصورة موضوعية بعيدة عن الانطباعات الشخصية</p>	<p><b>بيان نتائج التعلم 3:</b> الاعتماد على التحليل المنطقي والعلمي للظواهر واتخاذ قرارات مدروسة في مجال إدارة التسويق مبنية على أسس منهجية.</p>
<p><b>القيم</b></p>	
<p><b>مخرجات التعلم 4:</b> تزويد الطالب بالقيم الأساسية التي توجه عمله بما يعزز قيم الأمانة العلمية والأخلاق البحثية والمسؤولية واحترام السعي نحو التميز الأكاديمي</p>	<p><b>بيان نتائج التعلم 4:</b> ترسيخ القيم المهنية والأكاديمية لدى الطلبة وجعلها منطلقاً لسلوكهم العلمي والعملي في المستقبل</p>
<p><b>مخرجات التعلم 5:</b> تعزيز وعي الطالب بدوره المجتمعي والإيمان بأخلاقيات المهنة وجودة الأداء في إنجاز الأبحاث والتفاعل الإيجابي مع المجتمع.</p>	<p><b>بيان نتائج التعلم 5:</b> بناء ملاكات إدارية وتسويقية يمتلكون قيماً علمية وأخلاقية تسهم في خدمة المجتمع.</p>
<p><b>9. استراتيجيات التعليم والتعلم</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• استخدام السبورة</li> <li>• حلول بيتية</li> <li>• محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها</li> <li>• التعليم المدمج</li> </ul>	
<p><b>10. طرائق التقييم</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• الامتحانات</li> <li>• متابعة الواجبات البيتية</li> <li>• التفاعل المباشر مع الطلبة</li> <li>• العصف الذهني</li> </ul>	

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12.
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13.
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	14.
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	15.
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>					احمد علي عبد الله	16.
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معزز قحطان خلف عبد	17.
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18.
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	19.

<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبه ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	شاكور محمود ركاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

### 12. معيار القبول

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

- كتب ومقالات سائدة بمقدار نسبة التحديث 20 %.
- النصوص المنهجية : عبيدات، ذوقان وآخرون. البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه. دار الفكر .
- النصوص المنهجية : العساف، صالح حمد. المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. مكتبة العبيكان .
- مواقع وقواعد بيانات إلكترونية. Google Scholar, ResearchGate, JSTOR :

## 14. خطة تطوير البرنامج

1. إنجاز بحوث علمية رصينة ومفيدة لتخدم سوق العمل من الناحية المنهجية والتسويقية .
2. محاولة التركيز على إعداد قيادات شابة متمكنة من أدوات البحث العلمي لرفد المنظمات العراقية بهم لخدمة عراقنا الحبيب .
3. مواكبة التطورات في مناهج البحث العالمية وتزويد الخريج بالمهارات اللازمة للتعامل مع متطلبات إعداد الدراسات في العصر الراهن والمستقبل

## 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		المرحلة		الاول
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
													المرحلة		الثاني
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
													المرحلة		الثالث
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
													المرحلة		الرابع

√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------	---------	--	--

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

### نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:
مناهج البحث العلمي
2. رمز المقرر:
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025
الكورس الاول / المرحلة الثالثة
4. تاريخ إعداد هذا الوصف: 2025/12/2
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والكتروني
محاضرات ورقية + محاضرات الكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالاضافة الى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الانترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة
45 ساعة/ في كل اسبوع 3 ساعة
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)
الاسم : م.د هيثم ساهي جدعان حماد الايمل: <a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>
8. اهداف المقرر

تتمحور أهداف هذا المقرر حول بناء عقلية بحثية ومنهجية متكاملة لدى الطالب، وتتلخص في الأبعاد الأكاديمية التالية:

- **تأصيل الفهم المنهجي:** تمكين الطالب من استيعاب وفهم مفهوم البحث العلمي، وفلسفته، وأهميته الحيوية في البيئة الأكاديمية والمهنية، مما يتيح له تفسير الظواهر والمشكلات الاقتصادية والتسويقية بصورة علمية منضبطة .
- **تنمية مهارات التصميم البحثي والمنهجية:** إكساب الطالب القدرة على تصميم البحوث العلمية المتكاملة، واختيار المناهج البحثية (الوصفي، التحليلي، والتجريبي) والأنماط المنهجية الملائمة لطبيعة المشكلة المدروسة وسياقها التطبيقي .
- **بناء القدرات التحليلية والإحصائية للبيانات:** تدريب الطالب على آليات جمع البيانات والمعلومات من مصادرها الأولية والثانوية، وتصنيفها، وتحليلها، وتفسير نتائجها بأسلوب علمي سليم يستند إلى البراهين الرقمية والمنطقية لدعم اتخاذ القرارات .
- **تمكين الكتابة الأكاديمية والتوثيق العلمي:** تطوير قدرة الطالب على صياغة الأبحاث والتقارير الأكاديمية بلغة علمية رصينة، والتمكن من مهارات التوثيق العلمي الصحيح (الهوامش، الحواشي، والمراجع) وإعداد قوائم المصادر النهائية وفق الأنظمة العالمية المعتمدة .
- **ترسيخ القيم الأخلاقية والأمانة العلمية:** تعزيز قيم الأمانة العلمية، والالتزام بالأخلاقيات البحثية، وصفات الباحث الموضوعي لدى الطالب، بما يضمن نزاهة المخرجات الأكاديمية والمهنية وتجنب الانطباعات الشخصية غير العلمية.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

### الاستراتيجية

تعتمد مادة مناهج البحث العلمي على مزيج من الاستراتيجيات التعليمية التي تدمج بين الجانب المعرفي والتطبيقي، وتتمثل في الآتي:

- **المحاضرات النظرية التفاعلية: (Interactive Lectures)** تقديم الأطر المفاهيمية والنظرية للمادة داخل قاعة الدرس مع توظيف العروض التقديمية (PPT) والوسائل الإيضاحية البصرية، لضمان بناء أساس معرفي متين وتوليد نقاشات تفاعلية مستمرة .
- **حلقات النقاش والتفكير الجماعي (Seminars & Cooperative Learning):** تشجيع الطلبة على الانخراط في حلقات نقاشية وجلسات عصف ذهني متبادلة، مما يساهم في تبادل الآراء وتفكيك المعضلات البحثية بشكل جماعي ونقدي .
- **التعلم القائم على المشاريع والتقارير البحثية (Project-Based Learning):** تكليف الطلاب بإعداد تقارير بحثية وأوراق عمل تطبيقية مصغرة تهدف إلى صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم وتحويل المعرفة النظرية إلى ممارسة واقعية .
- **التقييم التكويني والاختبارات الدورية السريعة (Formative Evaluation & Quizzes):** إجراء اختبارات يومية مفاجئة وقصيرة (كوزات) تهدف إلى قياس مستوى الاستيعاب الأنبي ومتابعة التطور المعرفي والمنهجي للطلبة بشكل دوري .
- **الواجبات التطبيقية الفردية والجماعية (Individual & Group Assignments):** تكليف الطلاب بمهام محددة وسياقية لبناء خطة بحثية متكاملة (عبر صياغة المشكلة، وتحديد الفرضيات، واختيار العينات)، مما يساهم في دمج المهارات الفردية بالعمل التعاوني المشترك .
- **الاستكشاف الرقمي والبحث في قواعد البيانات (Digital Research Strategies):** تعليم وتدريب الطالب على آليات التوسع في تتبع المصادر، والملاحة في قواعد البيانات الأكاديمية الإلكترونية، والاطلاع على المجالات العلمية الرصينة لبناء خلفية معرفية محدثة وموثوقة .

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	التعرف على مفهوم البحث العلمي وتعريفاته	ماهية البحث العلمي: المفهوم والتعريف	محاضرة نظرية تفاعلية	مناقشة مباشرة، طرح أسئلة
2	2	التعرف على أنواع البحث وصفات الباحث وأخلاقياته	أنواع البحث العلمي وخصائصه، وصفات الباحث العلمي وأخلاقيات البحث	محاضرة نظرية، حلقات نقاشية	اختبار يومي قصير (كويز)
3	2	تطبيق مراحل البحث من الفكرة للتنفيذ	مراحل البحث العلمي: من الفكرة إلى التنفيذ	محاضرة تفاعلية، دراسة حالة	متابعة الواجبات البيتية
4	2	صياغة مشكلة البحث والأسئلة العلمية	تحديد مشكلة البحث وتقسيمها (صياغة الأسئلة)	حلقات نقاشية، عصف ذهني	واجب عملي (صياغة مشكلة)
5	2	صياغة الفرضيات العلمية بأنواعها	صياغة الفرضيات العلمية وأنواعها	محاضرة نظرية، تفكير جماعي	تقييم المشاركة والمناقشة
6	2	اختيار المنهج البحثي المناسب	تحديد المنهج العلمي (الوصفي، التحليلي، التجريبي)	محاضرة نظرية، تحليل نماذج	مناقشة جماعية وتقييم متبادل
7	2	قياس مدى استيعاب الطلبة للمفاهيم السابقة	امتحان الشهر الأول	حضور	امتحان تحريري
8	2	استخدام أدوات جمع البيانات المختلفة	تجميع البيانات والمعلومات (الأولية والثانوية)	تكليف بتقرير، الاطلاع على قواعد البيانات	واجب منزلي (جمع بيانات مصغرة)
9	2	تصنيف البيانات وتفسير النتائج	تصنيف البيانات وتفسير النتائج المستخلصة	محاضرة نظرية، تطبيقات عملية	تقييم استيعاب وتحليل البيانات
10	2	صياغة وإعداد مراحل الكتابة وخطة البحث	مراحل الكتابة: اختيار الموضوع، القراءة الأولية، ووضع خطة البحث (Outline)	حلقات نقاشية، ورشة عمل	تقييم المسودة الأولية للخطة
11	2	تدوين المعلومات وإعداد المسودات	تدوين المعلومات والكتابة الأولية (المسودة)	مراجعة مكتبية وتوجيه أكاديمي	متابعة وتدقيق الملاحظات المدونة
12	2	الكتابة وفق الأساليب الأكاديمية المعتمدة	أسلوب الكتابة العلمية والشكل النهائي للبحث	محاضرة نظرية، عرض نماذج بحوث رصينة	تقييم أسلوب الكتابة والصياغة

اختبار سريع في آليات التوثيق	محاضرة تطبيقية، استخدام أدلة التوثيق	التوثيق الأكاديمي: الحواشي، الهوامش، وكيفية كتابة المراجع	توثيق المصادر والمراجع بدقة	2	13
تقييم التقرير البحثي أو الخطة البحثية النهائية	حلقات نقاشية ختامية، مراجعة شاملة	الاستنتاجات والمقترحات وإعداد قائمة المصادر والمراجع النهائية	إعداد قوائم المراجع وصياغة الاستنتاجات والتوصيات	2	14

## 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماها.

## 12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد كتاب منهجي واحد ومحدد؛ حيث يتم الاعتماد على المحاضرات النظرية والحقيية العلمية المصممة من قبل أستاذ المادة، والمستندة إلى قراءات مختارة من الأمهات والمراجع المعتمدة في مناهج البحث الإداري والتسويقي.	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
• عبيدات، ذوقان وآخرون. <i>البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه</i> . دار الفكر، عمان، الأردن . • العساف، صالح حمد. <i>المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية</i> . مكتبة العبيكان، الرياض	المراجع الرئيسة (المصادر)
عبيدات، محمد إبراهيم بحوث التسويقي. <i>الأبعاد المنهجية والتطبيقية</i> . دار وائل للنشر والتوزيع، عمان. لإضفاء التخصص الدقيق وتوجيه الطلبة نحو بحوث التسويقي)	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)
• Creswell, J.W. <i>Research Design: Qualitative, Quantitative &amp; Mixed Methods Approaches</i> . Sage Publications. • Malhotra, Naresh K. <i>Marketing Research: An Applied Orientation</i> . Pearson. (أدوات ومناهج البحث العلمي بالتطبيقات التسويقية). • دليل توثيق وإعداد البحوث العلمي الخاص بـ (APA Publication Manual - 7th Edition). • المجالات والدوريات العلمية الرصينة:	المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت

- مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية  
(إدماج الطلبة في الحراك البحثي  
المحلي للكلية).
- *Journal of Marketing.*
- *Journal of Marketing  
Research.*

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني : بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف : 2025 /9/1

التوقيع :  
اسم المعاون العلمي : ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ : 2025/9/1

التوقيع :  
اسم رئيس القسم : م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ : 2025/9/1

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع

التاريخ : 2025/9/1  
المدرسة المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

إعداد طلبة يمتلكون المعرفة والمهارات اللازمة لفهم وتصميم واستخدام أنظمة المعلومات التسويقية الحديثة لدعم القرارات التسويقية وتحليل البيانات بما يساهم في تعزيز كفاءة الأداء وتحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال ومواكبة التطورات الرقمية واحتياجات سوق العمل.

## 2. رسالة البرنامج

تقديم معرفة أكاديمية وتطبيقية متخصصة في نظم المعلومات التسويقية وتنمية قدرات الطلبة على جمع وتحليل واستخدام المعلومات التسويقية بكفاءة من خلال توظيف التقنيات الحديثة وأساليب التحليل لدعم اتخاذ القرارات التسويقية وتحقيق التميز المؤسسي وفق المعايير الأكاديمية واحتياجات سوق العمل.

## 3. أهداف البرنامج

1. تزويد الطالب بمفاهيم أنظمة المعلومات التسويقية وخصائصها ودورها في المنظمات التسويقية على نحو خاص.
2. تعريف طلاب المرحلة بعناصر أنظمة المعلومات التسويقية والتي تصبح كقاعدة أساسية يتم الاعتماد عليها في تطوير سياسات المنظمات التسويقية الخدمية وتنميتها.
3. إعطاء الطالب فكرة عن أنظمة المعلومات التسويقية

## 4. الاعتماد البرامجي

هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي؟ ومن أي جهة؟ كلا

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
---------------	--------------	-------------	----------------	---------

				متطلبات المؤسسة
				متطلبات الكلية
				متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

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

7. وصف البرنامج				
الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	إدارة المخاطر التسويقية		
		المرحلة الاولى		الاولى/ الاول
		المرحلة الثانية		الثانية/ الثاني
	45	المرحلة الثالثة		الثالثة/ الثالث
		المرحلة الرابعة		الرابعة/ الرابع

8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج	
1.	التعرف على اهم مفردات مادة نظام المعلومات التسويقية وهي تعد من اساسيات علم التسويق.
2.	التعرف على البيئة التسويقية للخدمة.
3.	التعرف على عناصر نظام المعلومات التسويقية في المنظمة.
4.	التعرف المكانة الذهنية للخدمات
5.	التعرف على الية التسويق الالكتروني للمنتجات
6.	التعرف على علاقة المنظمة الخدمية بالزبائن .
7.	التعرف على جودة الخدمات المقدمة من قبل المنظمة.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
	• استخدام السبورة

- حلول بيتية
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	1.
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	2.
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	3.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	4.
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	5.
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	6.
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	7.
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	8.
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	9.
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	10.
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	11.

<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجس تير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	12
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجس تير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	13
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجس تير	قحطان شلاش حسن	14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستي ر	احمد غالب بديوي علي الحميري	15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>					احمد علي عبد الله	16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	معزز قحطان خلف عبد	17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	وضاح خضر احمد	19
<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>	تسويق	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	هشام سامي ذياب محل	20
<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	إدارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	هبه ربيع شران بكر العبدلي	21
-	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	فلاح حمد جواد احمد	22
-	ريادة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	شاكر محمود ركاد	23
<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>	اقتصاد كلي	الاقتصاد	مدرس دكتور	دكتوراه	هيثم ساهي جدعان حماد	24
<a href="mailto:a.i.othman@tu.ed.iq">a.i.othman@tu.ed.iq</a>	مالية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	عبد الجليل إسماعيل عثمان سليمان	25
<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>		ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	نصير ذياب جاسم	26
<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستي ر	لينه طارق علي	27
<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>	اقتصاد كلي		مدرس	دكتوراه	حمد مهدي صالح	28
<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>	إدارة الاعمال	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	29
<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>	محاسبة دولية	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستي ر	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	30
<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>	نظم معلومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستي ر	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	31

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

كتب ومقالات سائدة بمقدار نسبة التحديث 20%

## 14. خطة تطوير البرنامج

- 1- تحديث مفردات المادة بما يتوافق مع التطورات الحديثة في أنظمة المعلومات التسويقية والتحول الرقمي.
- 2- إدخال تطبيقات عملية وبرامج تحليل البيانات التسويقية وربط الجانب النظري بالواقع العملي.
- 3- تعزيز استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة في اتخاذ القرارات التسويقية.
- 4- تطوير أساليب التدريس من خلال التعلم التفاعلي ودراسات الحالة والعمل الجماعي.
- 5- تضمين مشاريع ميدانية وتدريبية عملية بالتعاون مع الشركات والمؤسسات.
- 6- تحديث مصادر التعلم والاعتماد على المراجع الإلكترونية وقواعد البيانات الحديثة.
- 7- تنمية مهارات الطلبة في استخدام نظم دعم القرار والتقارير التسويقية الإلكترونية.
- 8- ربط مخرجات المادة بمتطلبات سوق العمل واحتياجات المؤسسات الحديثة.
- 9- إجراء مراجعة دورية للبرنامج الدراسي لضمان الجودة والتحسين المستمر.

## 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		المرحلة		الاول
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
													المرحلة		
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		الثاني
													المرحلة		
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		الثالث
													المرحلة		
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		الرابع

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:

نظم معلومات تسويقية

2. رمز المقرر:

m-121

3. الفصل / السنة : 2026 / 2025

الكورس الثاني / المرحلة الثالثة

4. تاريخ إعداد هذا الوصف: 2025/9/1

5. أشكال الحضور المتاحة:

حضورى والكترونى

6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية): ساعة/ وحدة

30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة

7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)

الايمل: ahmedayyed@tu.edu.iq

الاسم : م.د احمد عايد مخلف

الايمل: naseer.j.2025@tu.edu.iq

الاسم : نصير جاسم علي

8. اهداف المقرر

اهداف المادة الدراسية

1. تزويد الطالب بمفاهيم أنظمة المعلومات التسويقية وخصائصها ودورها في المنظمات التسويقية على نحو خاص.
2. تعريف طلاب المرحلة بعناصر أنظمة المعلومات التسويقية والتي تصبح كقاعدة اساسية يتم الاعتماد عليها في تطوير سياسات المنظمات التسويقية الخدمية وتنميتها.
3. اعطاء الطالب فكرة عن أنظمة المعلومات التسويقية

9. استراتيجيات التعليم والتعلم

الاستراتيجية الرئيسية التي سيتم اتباعها في تقديم هذه الوحدة هي تشجيع مشاركة الطلاب في التمارين، وفي الوقت نفسه صقل وتوسيع مهارات التفكير النقدي لديهم. سيتم تحقيق ذلك من خلال الفصول الدراسية والدروس التفاعلية ومن خلال النظر في أنواع التجارب والنماذج البسيطة التي تنطوي على بعض أنشطة أخذ العينات التي تهم الطلاب.

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على مفهوم المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
2	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على أنواع المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	طرح الأسئلة والحضور
3	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على مصادر المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
4	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على أهمية المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
5	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على خصائص المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	المشاركة والحضور
6	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على النظام بشكل عام	حضورى والكترونى	امتحان
7	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على نظام المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
8	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على أهمية نظام المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
9	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على خصائص نظام المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
10	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على مكونات نظام المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
11	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على مصادر نظام المعلومات التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
12	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على نظام دعم القرارات التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة
13	2	أنظمة المعلومات التسويقية	التعرف على آلية عمل نظام دعم القرارات التسويقية	حضورى والكترونى	الحضور والمشاركة

الحضور والمشاركة	حضور والكتروني	مراجعة شاملة للمادة	أنظمة المعلومات التسويقية	2	14
امتحان	حضور والكتروني	امتحان 2	امتحان	2	15

### 11. تقييم المقرر

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

### 12. مصادر التعلم والتدريس

- 1- مجموعة من الكتب والرسائل والاطارح.
- 2- رانيا المجني، 2020، تسويق الخدمات، الجامعة الافتراضية السورية
- 3- Alan Wilson, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. (2019), "SERVICEE Marketing -3 .INTEGRATING CUSTOMER FOCUS ACROSS THE FIRM", Third European Edition, UK

## نموذج وصف البرنامج الاكاديمي

2026-2025

اسم الجامعة : جامعة تكريت

الكلية / المعهد : كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي : قسم التسويق

اسم البرنامج الأكاديمي أو المهني: بكالوريوس تسويق

اسم الشهادة النهائية : بكالوريوس في التسويق

النظام الدراسي : فصلي (كورسات)

تاريخ إعداد الوصف : 2025/9/1

تاريخ ملء الملف: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم المعاون العلمي: ا.م.د. خطاب عمران صالح  
التاريخ: 2025/9/1

التوقيع:  
اسم رئيس القسم: م.د. احمد عايد مخلف  
التاريخ: 2025/9/1

دقق الملف من قبل

شعبة ضمان الجودة والأداء الجامعي

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

التوقيع

التاريخ: 2025/9/1  
المدرسة المساعد  
خلدون عبد الله خلف  
مدير شعبة ضمان الجودة

مصادقة السيد العميد

## 1. رؤية البرنامج

يسعى البرنامج إلى أن يكون برنامجاً أكاديمياً رائداً على المستوى المحلي والإقليمي، قادراً على إعداد كوادر تسويقية متميزة تمتلك رؤية استراتيجية شاملة وقدرة تحليلية عالية، تسهم في بناء بيئة أعمال تنافسية مستدامة وتستجيب بفاعلية لمتطلبات الاقتصاد المعرفي والتحول الرقمي المتسارعة في الأسواق المحلية والعالمية.

## 2. رسالة البرنامج

يلتزم برنامج إدارة التسويق بتقديم تعليم أكاديمي وتطبيقي متكامل في مجالات التسويق وسلوك المستهلك، من خلال مناهج علمية محدثة تجمع بين الأسس النظرية الراسخة والممارسات الميدانية الفعلية بما يخرج طلاباً قادرين على تحليل السوق وفهم دوافع المستهلك واتخاذ قرارات تسويقية مدروسة تحقق التوازن بين أهداف المنظمة ومصالح المجتمع وفق منظومة قيم أخلاقية ومهنية راسخة.

## 3. أهداف البرنامج

يهدف برنامج إدارة التسويق إلى تحقيق جملة من الغايات المتكاملة، أبرزها:

1. تزويد الطالب بمنظومة متكاملة من المفاهيم والنظريات المتعلقة بسلوك المستهلك وآليات اتخاذ القرار الشرائي وتأهيله للتعامل مع النماذج المفسرة لهذا السلوك سواء أكانت جزئية أم شاملة.
2. تنمية القدرة التحليلية لدى الطالب في تشخيص المؤثرات الداخلية والخارجية على قرار الشراء وتمكينه من توظيف تلك المهارات في صياغة الاستراتيجيات التسويقية الملائمة.
3. ربط المحتوى العلمي بواقع الأسواق العراقية والعربية وتمكين الطالب من تصميم حملات تسويقية موجهة تستند إلى الفهم العميق لسلوك الجمهور المستهدف.
4. تعزيز الوعي الأخلاقي لدى الطالب تجاه حقوق المستهلك وحمايته وترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية في الممارسة التسويقية..

## 4. الاعتماد البرامجي

هل البرنامج حاصل على الاعتماد البرامجي؟ ومن أي جهة؟ كلا

## 5. المؤثرات الخارجية الأخرى

هل هناك جهة راعية للبرنامج؟ برنامج حكومي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## 6. هيكلية البرنامج

هيكل البرنامج	عدد المقررات	وحدة دراسية	النسبة المئوية	ملاحظات
---------------	--------------	-------------	----------------	---------

				متطلبات المؤسسة
				متطلبات الكلية
				متطلبات القسم
				التدريب الصيفي
				أخرى

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

## 7 . وصف البرنامج

الساعات المعتمدة		اسم المقرر أو المساق	رمز المقرر أو المساق	السنة / المستوى
عملي	نظري	سلوك المستهلك		
		المرحلة الاولى		الاولى/ الاول
		المرحلة الثانية		الثانية/ الثاني
5	25	المرحلة الثالثة		الثالثة/ الثالث
		المرحلة الرابعة		الرابعة/ الرابع

## 8. مخرجات التعلم المتوقعة للبرنامج

### المعرفة

<p>بيان نتائج التعلم 1: يتوقع من الطالب عند إتمام دراسة هذا المقرر أن:</p> <p>1- يدرك المفهوم الشامل لسلوك المستهلك بأبعاده الديناميكية والتفاعلية والتبادلية.</p> <p>2- يميز بين أنواع المستهلكين الثلاثة (النهائي، الصناعي، الوسيط) ويقارن خصائص كل منهم.</p> <p>3- يفهم مراحل اتخاذ القرار الشرائي الخمس وطبيعة العوامل المؤثرة في كل مرحلة.</p> <p>4- يستوعب النظريات المفسرة للدوافع كمنظريّة ماسلو للحاجات ونظريّة</p>	<p>مخرجات التعلّم 1:</p> <p>1- تعريف سلوك المستهلك والمستهلك والسلوك إدراك وفهم.</p> <p>2- المقارنة بين أنواع المستهلكين تحليل</p> <p>3- تحديد مراحل القرار الشرائي وعواملها فهم وتطبيق</p> <p>4- شرح نظريات الحاجات والدوافع فهم</p> <p>5- تفسير النماذج الشاملة لسلوك المستهلك تحليل وتقييم</p> <p>6- تصنيف المؤثرات الداخلية والخارجية</p>
--	---

<p>الحاجات الثلاثية.</p> <p>5- يتعرف على المؤثرات الداخلية كالذواضع والشخصية والإدراك والاتجاهات والتعلم.</p> <p>6- يتعرف على المؤثرات الخارجية كالأسرة والطبقة الاجتماعية والجماعات المرجعية والثقافة.</p> <p>7- يعي النماذج الجزئية والشاملة المفسرة لسلوك المستهلك كنموذج NICOSIA ونموذج Howard &amp; Sheth ونموذج Blackwell, Kollat &amp; Engel.</p> <p>8- يتعرف على ماهية التسويق المباشر وأدواته وأهدافه وعلاقته بسلوك المستهلك.</p> <p>9- يميز سلوك المستهلك الصناعي وخصائص سوقه وخطوات الشراء المؤسسي.</p>	<p>تحليل</p> <p>7- معرفة أدوات ومفاهيم التسويق المباشر</p> <p>فهم وتطبيق</p> <p>8- وصف خصائص المستهلك الصناعي وسوقه</p> <p>إدراك وفهم</p>
--	---

## المهارات

<p>بيان نتائج التعلم 2: يتوقع من الطالب عند إتمام المقرر أن يكون قادراً على:</p> <p>1- تحليل سلوك المستهلك في حالات واقعية محددة باستخدام النماذج العلمية المقررة.</p> <p>2- تحديد شريحة المستهلكين المستهدفة وفق متغيرات الطبقة الاجتماعية والثقافة والجماعات المرجعية.</p> <p>3- تصميم استراتيجيات تسويقية مناسبة بالاستناد إلى نتائج تحليل سلوك المستهلك.</p> <p>4- تقييم فاعلية الأدوات الترويجية في ضوء مبادئ الإدراك والتعلم والاتجاهات.</p> <p>5- تطبيق نظريات الشخصية والمفهوم الذاتي في دراسة أنماط الشراء المختلفة.</p>	<p>مخرجات التعلم 2:</p> <p>1- تحليل حالة شرائية واقعية وفق نموذج علمي دراسات حالة</p> <p>2- تحديد العوامل المؤثرة في قرار شراء معين امتحانات تحليلية</p> <p>3- تصميم استراتيجية مستهدفة لشريحة محددة مشاريع جماعية</p>
---	--

<p>بيان نتائج التعلم 3:</p> <p>6- استخدام معايير مقارنة البدائل في تحليل القرار الشرائي للمستهلك النهائي والصناعي.</p> <p>7- صياغة توصيات تسويقية مستندة إلى فهم العوامل الموقفية والبيئية المؤثرة في قرار الشراء</p> <p>8- توظيف أدوات التسويق المباشر في مخاطبة الجمهور المستهدف بفاعلية</p>	<p>مخرجات التعلم 2:</p> <p>4- تقييم فاعلية رسالة إعلانية وفق مبادئ الإدراك نقاشات صفية</p> <p>5- إعداد تقرير عن سلوك مستهلك قطاع معين تقارير بحثية</p> <p>6- المقارنة بين نموذجين شاملين لسلوك المستهلك اختبارات مقارنة</p>
--	---

## القيم

<p>بيان نتائج التعلم 4:</p>	<p>مخرجات التعلم 4:</p>
-----------------------------	-------------------------

<p>توقع من الطالب بعد استيعابه لمضامين هذا المقرر أن:</p> <p>1- يتبنى مبدأ احترام المستهلك وصون حقوقه باعتباره محور العملية التسويقية ومبررها الأول.</p> <p>2- يدرك أن الممارسة التسويقية الناجحة لا تقوم على استغلال الدوافع اللاشعورية للمستهلك بل على تلبية حاجاته الحقيقية.</p> <p>3- يلتزم بمبادئ الشفافية والصدق في صياغة الرسائل التسويقية وتقديم المعلومات للمستهلكين.</p>	<p>1- احترام المستهلك وحماية حقوقه</p> <p>2- الشفافية في الخطاب التسويقي</p> <p>3- المسؤولية الاجتماعية للمسوق</p>
--	--

<p>بيان نتائج التعلم 5:</p> <p>4- يقدر أثر الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والبيئية في توجيه القرارات التسويقية.</p> <p>5- يعترف بدوره كمتخصص تسويقي في خدمة المجتمع وتحقيق التوازن بين الربحية والمسؤولية الاجتماعية.</p> <p>6- ينمي لديه الوعي النقدي في تقييم الممارسات التسويقية المضللة أو غير الأخلاقية.</p>	<p>مخرجات التعلم 5:</p> <p>4- الوعي بالأثر البيئي والثقافي للتسويق</p> <p>5- النزاهة المهنية في البحث التسويقي</p>
--	--

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

- استخدام السبورة
- حلول بيتية
- محاولة الاستقصاء عن بعض المهام والمشكلات لمعرفة أسبابها
- التعليم المدمج

## 10. طرائق التقييم

- الامتحانات
- متابعة الواجبات البيتية
- التفاعل المباشر مع الطلبة
- العصف الذهني

الايمل	التخصص الدقيق	التخصص العام	اللقب العلمي	الشهادة	اسم التدريسي	
<a href="mailto:firasffj@tu.edu.iq">firasffj@tu.edu.iq</a>	ادارة مالية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس فرحان جدي صفر العبيدي	.1
<a href="mailto:mohammed.h.2022@tu.edu.iq">mohammed.h.2022@tu.edu.iq</a>	سلوك تنظيمي	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	محمد حميد نايف حميد العجيلي	.2
<a href="mailto:thair.law@tu.edu.iq">thair.law@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	ثائر جاسم محمد عفتان الجنابي	.3
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	فراس حسن رشيد سلمان الجبوري	.4
<a href="mailto:ahmedayyed@tu.edu.iq">ahmedayyed@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس		احمد عايد مخلف	.5
<a href="mailto:Alrshydfiras780@tu.edu.iq">Alrshydfiras780@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	استاذ	ماجستير	مي حمودي عبدالله جاسم الشمري	.6
<a href="mailto:Ahmed.H.24@tu.edu.iq">Ahmed.H.24@tu.edu.iq</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد حميد عيسى جاسم الجبوري	.7
<a href="mailto:Marwan.H.29@tu.edu.iq">Marwan.H.29@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	مروان حسين عبد فرحان العجيلي	.8
<a href="mailto:Sajaj95@tu.edu.iq">Sajaj95@tu.edu.iq</a>	ادارة تسويق	ادارة الاعمال	استاذ مساعد	دكتوراه	سعد عجاج خلف جميل الحمداني	.9
<a href="mailto:hanan.m.ibraheem@tu.edu">hanan.m.ibraheem@tu.edu</a>	إدارة مالية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	حنان محمد ابراهيم جاسم الحديثي	.10
<a href="mailto:barzanhamed31@gmail.com">barzanhamed31@gmail.com</a>	نظرية منظمة	إدارة مالية	مدرس مساعد	ماجستير	برزان حميد خلف حسين الجبوري	.11
<a href="mailto:ibrahim.f.m@tu.edu.iq">ibrahim.f.m@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس	ماجستير	إبراهيم فائق مشعل قدوري	.12
<a href="mailto:sarabahaa94@tu.edu.iq">sarabahaa94@tu.edu.iq</a>	استراتيجية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	ساره بهاء أنور حبش التكريتي	.13
<a href="mailto:Qahtan.sh@tu.edu.iq">Qahtan.sh@tu.edu.iq</a>	قانون دولي	قانون عام	مدرس مساعد	ماجستير	قحطان شلاش حسن	.14
<a href="mailto:ahmed.g.badawi@tu.edu.iq">ahmed.g.badawi@tu.edu.iq</a>	محاسبة تكاليف	محاسبة	مدرس مساعد	ماجستير	احمد غالب بديوي علي الحميري	.15
<a href="mailto:Cade.2021.32@tu.edu.iq">Cade.2021.32@tu.edu.iq</a>	إدارة تسويق	إدارة اعمال	مدرس مساعد	ماجستير	احمد علي عبد الله	.16
<a href="mailto:muataz.q.khalaf@tu.edu.iq">muataz.q.khalaf@tu.edu.iq</a>	نظرية منظمة	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	معتز قحطان خلف عبد	.17
<a href="mailto:anwar@g@noaman@tu.edu.iq">anwar@g@noaman@tu.edu.iq</a>	نظم معاومات إدارية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	انوار غازي نعمان قدوري الشمري	.18
<a href="mailto:wadah.khudhur@tu.e">wadah.khudhur@tu.e</a>	موارد بشرية	ادارة الاعمال	مدرس مساعد	ماجستير	وضاح خضر احمد	.19

20.	هشام سامي نياح محل	ماجستير	مدرس مساعد	ادارة الاعمال	تسويق	<a href="mailto:husham.sami@tu.edu.iq">husham.sami@tu.edu.iq</a>
21.	هبة ربيع شران بكر العبدلي	دكتوراه	استاذ مساعد	ادارة الاعمال	نظرية منظمة	<a href="mailto:hibars1@tu.edu.iq">hibars1@tu.edu.iq</a>
22.	فلاح حمد جواد احمد	ماجستير	مدرس مساعد	ادارة الاعمال	موارد بشرية	-
23.	شاكر محمود ركاد	ماجستير	مدرس مساعد	ادارة الاعمال	ريادة الاعمال	-
24.	هيثم ساهي جدعان حماد	دكتوراه	مدرس دكتور	الاقتصاد	اقتصاد كلي	<a href="mailto:haitham.aisahi.jadaan@mail.com">haitham.aisahi.jadaan@mail.com</a>
25.	عبد الجليل اسماعيل عثمان سليمان	ماجستير	مدرس مساعد	ادارة الاعمال	مالية	<a href="mailto:a.i.othman@tu.edu.iq">a.i.othman@tu.edu.iq</a>
26.	نصير نياح جاسم	ماجستير	مدرس مساعد	ادارة الاعمال		<a href="mailto:Naseer.j.2025@tu.edu.iq">Naseer.j.2025@tu.edu.iq</a>
27.	لينه طارق علي	ماجستير	مدرس	ادارة الاعمال	إدارة مالية	<a href="mailto:lina.tariq@st.tu.edu.iq">lina.tariq@st.tu.edu.iq</a>
28.	حمد مهدي صالح	دكتوراه	مدرس		اقتصاد كلي	<a href="mailto:hamad.m.saleh@tu.edu.iq">hamad.m.saleh@tu.edu.iq</a>
29.	محمود فوزي حميد جمعة العبيدي	ماجستير	مدرس مساعد	ادارة الاعمال	إدارة الاعمال	<a href="mailto:mahmood.hameed23@tu.edu.iq">mahmood.hameed23@tu.edu.iq</a>
30.	بيداء جدوع متعب عبد الله التكريتي	ماجستير	مدرس مساعد	محاسبة	محاسبة دولية	<a href="mailto:badaabadaa38@gmail.com">badaabadaa38@gmail.com</a>
31.	زيد ثابت شاكر عبد الله الدوري	ماجستير	مدرس مساعد	ادارة الاعمال	نظم معلومات إدارية	<a href="mailto:Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq">Zaid.T.Shaker@tu.edu.iq</a>

## 11. التطوير المهني

### توجيه أعضاء هيئة التدريس الجدد

1. التركيز على كيفية الانسجام بين رؤية القسم ورؤية الكلية المشتقة من رؤية الجامعة وحتى الوزارة، مما يجعل القسم يتخذ القرارات الحاسمة في بناء وتحقيق الاهداف الموضوعية.
2. ان الاهداف الموضوعية واقعية وقابلة للتحقق، وينبغي على كل فرد في هذا البرنامج ان يقوم بتحقيق هذه الاهداف بموضوعية.

### التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس

- الدورات التطويرية المستمرة.
- التدوير الدراسي حسب المراحل وحسب البرامج.

## 12. معيار القبول

(مركزي، موازي، مسائي)

## 13. أهم مصادر المعلومات عن البرنامج

كتاب الاحصاء الرياضي (امير حنا هرمز)

## 14. خطة تطوير البرنامج

استناداً إلى التحولات المتسارعة في بيئة الأعمال وسلوك المستهلك المعاصر، تتضمن خطة التطوير المقترحة المحاور التالية:

1. إدراج موضوعات تتعلق بتحليل سلوك المستهلك عبر المنصات الرقمية، والتسويق الإلكتروني، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القرار الشرائي، مع الاستعانة بأدوات تحليل البيانات الضخمة في رسم ملامح سلوك المستهلك.
2. إثراء المقرر بدراسات حالة محلية تعكس خصوصية بيئة المستهلك العراقي من حيث القيم والثقافة والطبقة الاجتماعية، بما يجسر الهوة بين النظرية الأكاديمية والواقع الميداني.
3. اعتماد زيارات ميدانية لمراكز التسوق والشركات التسويقية وعقد لقاءات مع ممارسين متخصصين، وتكليف الطلاب بمشاريع بحثية تطبيقية تعالج إشكاليات حقيقية في سوق العمل.
4. دمج مهارات التفكير النقدي والتحليل الكمي وإدارة مشاريع التسويق ضمن آليات تدريس المقرر إلى جانب تطوير مهارات التقديم والتواصل المهني.
5. إقامة تعاون مؤسسي مع شركات وأقسام تسويق محلية بهدف تبادل الخبرات وتوفير فرص للتدريب الميداني المنظم للطلاب ضمن إطار المقرر.
6. مراجعة قائمة المصادر كل سنتين على الأقل وإضافة أحدث الإصدارات في سلوك المستهلك والتسويق الرقمي مع الاستفادة من الدوريات العلمية المحكمة المصنفة دولياً.

## مخطط مهارات البرنامج

مخرجات التعلم المطلوبة من البرنامج

القيم				المهارات				المعرفة				اساسي ام اختياري	اسم المقرر	رمز المقرر	السنة/ المستوى
												المرحلة		الأول	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الأولى		
												المرحلة		الثاني	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثانية		
												المرحلة		الثالث	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الثالثة		
												المرحلة		الرابع	
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اساسي	الرابعة		

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

## نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر:	
التطبيقات الإحصائية في التسويق	
2. رمز المقرر:	
3. الفصل / السنة : 2026 / 2025	
الكورس الثاني / المرحلة الثالثة	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف:	
2025-10-7	
5. أشكال الحضور المتاحة: حضوري والكتروني	
محاضرات ورقية + محاضرات الكترونية pdf على برنامج الكلاس روم + محاضرات عبر برنامج كوكل ميت + محاضرات عملي بالإضافة الى دورات تدريبية للطلبة لتطوير مهارات الانترنت للطلبة وزيارات ميدانية/تدريب صيفي	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي): ساعة/ وحدة	
30 ساعة/ في كل اسبوع 2 ساعة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)	
الاسم: أ.د. عبدالله محمود عبدالله الايمليل: Abdallah554@tu.edu.iq	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	ويستهدف المقرر تحقيق الأهداف التعليمية الآتية:
	1. تمكين الطالب من الإلمام بمفاهيم سلوك المستهلك ومصطلحاته الأساسية وفهم العلاقة التكاملية بين مكوناته من دوافع وإدراك وشخصية واتجاهات وتعلم.
	2. تأهيل الطالب لتحليل مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي لدى المستهلك النهائي بدءاً من الشعور بالحاجة وصولاً إلى تقييم ما بعد الشراء.
	3. تمكين الطالب من التمييز بين أنواع المستهلكين (النهائي، والصناعي، والوسيط) وتحليل الفوارق في سلوكهم الشرائي.
	4. تعريف الطالب بالعوامل الداخلية المؤثرة في سلوك المستهلك، كالدوافع والحاجات والشخصية والإدراك والاتجاهات والتعلم.

5. إطلاع الطالب على العوامل الخارجية المشكّلة لقرار الشراء، كالأسرة والطبقة الاجتماعية والجماعات المرجعية وقادة الرأي والثقافة.
6. تدريب الطالب على تطبيق النماذج التفسيرية لسلوك المستهلك (نموذج BLACKWELL، و Howard & Sheth، و NICOSIA، و KOLLAT & ENGEL ) لتحليل السلوك الشرائي في بيئات تسويقية متنوعة.
7. تمكين الطالب من استيعاب مفاهيم التسويق المباشر وأدواته وارتباطه بسلوك المستهلك المعاصر.
- إكساب الطالب القدرة على تطبيق المعرفة النظرية في تصميم استراتيجيات تسويقية فعالة تستند إلى فهم عميق لسلوك المستهلك.

## 9. استراتيجيات التعليم والتعلم

المحور	الإساليب التعليمية المعتمدة
التعليم المباشر	المحاضرة النظرية مدعومة بالعرض التقديمي وأمثلة واقعية من الأسواق العربية والمحلية
التعلم النشط	دراسة الحالات الشرائية الميدانية وتحليل قرارات المستهلكين في سياقات مختلفة
التفكير النقدي	النقاشات الجماعية والمقارنات بين النماذج التفسيرية وتطبيقها على حالات حقيقية
التقييم التكويني	الواجبات التطبيقية والمشاريع البحثية المصغرة لرسم خريطة سلوك المستهلك
البحث الميداني	الاستقصاء الميداني وملاحظة سلوك المستهلك في بيئات الشراء الفعلية

## 10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	2	يعرف الطالب سلوك المستهلك ويميز بين مفهوم السلوك والمستهلك وسلوك المستهلك، ويفهم أهمية دراسته على مستوى الفرد والمنظمة ورجل التسويق.	مدخل إلى سلوك المستهلك	محاضرة نظرية	امتحانات ومشاركات
2	2	يصنّف الطالب أنواع المستهلكين (النهائي، والصناعي، والوسيط) ويقارن خصائص كل منهم وفق جدول المقارنة الثلاثي.	أنواع المستهلكين وأبعاد سلوكهم	محاضرة + نقاش	امتحانات ومشاركات
3	2	يحلل الطالب مراحل القرار الشرائي (الشعور بالحاجة، وجمع المعلومات (ويميز مصادر المعلومات الداخلية والخارجية).	عملية اتخاذ القرار الشرائي - المرحلة الأولى	محاضرة نظرية	امتحانات ومشاركات
4	2	يتقن الطالب مراحل المفاضلة بين البدائل وقرار الشراء وسلوك ما بعد الشراء، ويربط الرضا وعدم الرضا بالولاء.	عملية اتخاذ القرار الشرائي - المرحلة الثانية	محاضرة + تطبيق	امتحانات ومشاركات
5	2	يصنف الطالب القرارات الشرائية (روتيني، متوسط، بالغ التعقيد) ويوضح تأثير العوامل الموقفية في القرار الشرائي.	أنواع القرارات الشرائية والعوامل الموقفية	محاضرة + دراسة حالة	امتحانات ومشاركات
6	2	يشرح الطالب مفهوم الدافع وأنواعه، ويطبق نظرية ماسلو للحاجات ونظرية الحاجات الثلاثية على سياقات تسويقية.	المؤثرات الداخلية :الدوافع والحاجات	محاضرة + نقاش	امتحانات ومشاركات

امتحانات ومشاركات	محاضرة نظرية	المؤثرات الداخلية :الشخصية والإدراك	يحلل الطالب نظريات الشخصية (التحليل النفسي، السمات، المفهوم الذاتي) ويفسر العملية الإدراكية وعواملها المؤثرة.	2	7
امتحانات ومشاركات	محاضرة +أمثلة تطبيقية	المؤثرات الداخلية :الاتجاهات والتعلم	يحدد الطالب مكونات الاتجاه (معرفي، عاطفي، سلوكي) ويربط نظريات التعلم (بافلوف، والإشراف الإجرائي، والمعرفي) بالسلوك الاستهلاكي.	2	8
امتحانات ومشاركات	محاضرة +دراسة حالة	العوامل الخارجية :الأسرة والطبقة الاجتماعية	يحلل الطالب دور الأسرة ووظائفها وأنماطها في تشكيل السلوك الشرائي، ويصف تأثير الطبقة الاجتماعية في الأنماط الاستهلاكية.	2	9
امتحانات ومشاركات	محاضرة +نقاش	العوامل الخارجية :الجماعات المرجعية وقادة الرأي	يصنف الطالب أنواع الجماعات المرجعية ويقيم تأثيرها في سلوك المستهلك، ويحدد سمات قادة الرأي ودورهم التسويقي.	2	10
امتحانات ومشاركات	محاضرة نظرية	العوامل الخارجية :الثقافة والعوامل الموقفية	يفسر الطالب تأثير الثقافة ومكوناتها على السلوك الاستهلاكي، ويوضح أثر العوامل الموقفية (الزمنية، والبيئية، والاجتماعية) في القرار الشرائي.	2	11
امتحانات ومشاركات	محاضرة + عرض تقديمي	النماذج المفسرة لسلوك المستهلك	يقارن الطالب النماذج الجزئية والشاملة لتفسير سلوك المستهلك (NICOSIA ، Howard & Sheth ، و BLACKWELL, KOLLAT & ENGEL) ويناقش مزاياها وحدودها.	2	12
امتحانات ومشاركات	محاضرة + أمثلة رقمية	التسويق المباشر وسلوك المستهلك	يعرف الطالب التسويق المباشر وأدواته ويحلل أثره في سلوك المستهلك وقرارات الشراء، ويميز جمهوره المستهدف.	2	13
امتحانات ومشاركات	محاضرة + مقارنة تحليلية	سلوك المستهلك الصناعي	يوضح الطالب خصائص المستهلك الصناعي وخطوات شرائه والمتدخلين في عملية الشراء والعوامل المؤثرة في قراره.	2	14

### 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 واعداد التقارير مع الالتزام بتعليمات الوزارة فيما يخص هذا الجزء من الدرجة وتقسيماتها.

## 12. مصادر التعلم والتدريس

الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)	محاضرات في سلوك المستهلك – م.م. بهاء حبيب، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2024-2025
المراجع الرئيسة (المصادر)	محاضرات في سلوك المستهلك – م.م. بهاء حبيب، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2024-2025
الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير...)	لا يوجد
المراجع الإلكترونية، مواقع الانترنت	لا يوجد