



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جهاز الإشراف والتقييم العلمي
دائرة ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي

نموذج وصف المقرر

إدارة تسويق	وصف المقرر
-------------	------------

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

 كلية شط العرب الجامعة	المؤسسة التعليمية
ادارة الاعمال	القسم العلمي / المركز
إدارة تسويق	اسم / رمز المقرر
م.د. زين العابدين جاسم محمد	اسم التدريسي
حضور	أشكال الحضور المتاحة
الفصل الأول – المرحلة () 2	الفصل / السنة
45	عدد الساعات الدراسية (الكلي)
2022-10-2	تاريخ إعداد هذا الوصف

أهداف المقرر
1. تزويد الطالب بأهم مبادئ وأساسيات (إدارة تسويق).
2. تزويد الطالب بكيفية تطبيق (إدارة تسويق).
3. اكتساب الخريج المعرفة في (إدارة تسويق).
4. تطوير وتنمية المهارات الإدارية في مجال (إدارة تسويق).
5. اكتساب الخريج مهارات التعليم والتعلم الإبداعي.

مخرجات المقرر وطرائق التعليم والتعلم والتقييم
الأهداف المعرفية :
1. تمكين الطالب من الحصول على المعرفة وفن (إدارة تسويق).
2. تعريف الطالب في كيفية تنمية وتطوير معلوماته الذاتية
3. اكتساب الطالب على المعرفة في فن التخطيط والتوجيه والرقابة والقيادة في (إدارة تسويق).
4. تمكين الطالب من تنمية مهاراته في بيئة العمل الديناميكية
5. تمكين الطالب من توظيف قدراته العلمية في العمل في مجال (إدارة تسويق).
6. اكتساب الطالب المعرفة في كيفية حل مشاكل (إدارة تسويق).

الأهداف المهارية الخاصة بالبرنامج :
1. مهارات علمية
2. مهارات قيادية
3. مهارات في تحديات العمل الإداري

طرائق التعليم والتعلم

1. استخدام المحاضرات المعدة مسبقا من قبل التدريسي

2. استخدام أجهزة العرض الحديثة

3. الواجبات البيتية

4. تقسيم الطلبة الى مجاميع للمناقشة

طرائق التقييم

1. امتحانات شفوية

2. امتحانات شهرية

3. امتحانات يومية

4. حضور والتزام الطالب بالدوام

الأهداف الوجدانية والقيمية

1. تحقيق الأهداف الأخلاقية

2. تحقيق الالتزام بالأعراف الجامعية

3. تحقيق الالتزام بالتعليمات الجامعية وقوانين الوزارة

4. تنمية القدرات الشخصية للطلاب في كافة المجالات التربوية وحسن التعامل مع الآخرين

طرائق التعليم والتعلم

1. المحاضرات الخاصة بالتعليمات الجامعية
2. محاضرات الإرشاد التربوي
3. التوجيه المستمر
4. زيارة المؤسسات العامة والخاصة
5. عرض حالات عملية

طرائق التقييم
1. امتحانات يومية
2. مناقشة في المحاضرات والالتزام بالأخلاق والقيم السامية
3. درجات للمشاركة

المهارات العامة والتأهيلية المنقولة (المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطوير الشخصي).
1. اكتساب الطالب مهارة التأهيل اللازم لاستخدام (إدارة تسويق).
2. تمكين الطالب من استخدام طرق التفكير الإبداعي
3. تمكين الطالب من استخدام الأساليب الحديثة في التحليل والاستنتاج والتطوير على المستوى الشخصي
4. تمكين الطالب من تطوير مهارات جديدة تهدف لخلق روح التعلم فيه

بنية المقرر

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة / أو الموضوع	طريقة التعليم	طريقة التقييم
الأول	3	يفهم الطالب المادة	المفاهيم الأساسية للتسويق واهمية واهداف التسويق	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
الثاني	3	يفهم الطالب المادة	المفاهيم الأساسية للبيئة التسويقية وخصائص البيئة التسويقية	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
الثالث	3	يفهم الطالب المادة	المفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك و النظريات المفسرة لسلوك المستهلك	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
الرابع	3	يفهم الطالب المادة	المفاهيم الأساسية لسلوك شراء منظمات الاعمال و خصائص السلوك الشرائي لمنظمات الاعمال	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
الخامس	3	يفهم الطالب المادة	المفاهيم الأساسية للمنتج ودورة حياة المنتج	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
السادس	3	يفهم الطالب المادة	المنتجات الجديدة وتطوير المنتجات الحالية وتمييز وتعليم المنتجات	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
السابع	3	يفهم الطالب المادة	مفهوم التسعير وأهدافه	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
الثامن	3	يفهم الطالب المادة	طرق تحديد الأسعار والعوامل المؤثرة في تحديدها	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة
التاسع	3	يفهم الطالب المادة	مفهوم الترويج واهميته وأهدافه	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	امتحانات شفوية واسئلة

امتحانات شفوية واسئلة	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	عناصر المزيج الترويجي وأساليب اعداد موازنة الترويج	يفهم الطالب المادة	3	العاشر
امتحانات شفوية واسئلة	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	مفهوم واهمية واهداف وقنوات التوزيع	يفهم الطالب المادة	3	الحادي عشر
امتحانات شفوية واسئلة	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية وحقوق المستهلك	يفهم الطالب المادة	3	الثاني عشر
امتحانات شفوية واسئلة	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	المفاهيم الأساسية للتسويق الأخضر والمزيج التسويقي الأخضر	يفهم الطالب المادة	3	الثالث عشر
امتحانات شفوية واسئلة	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	المفاهيم الأساسية للتسويق الدولي واستراتيجيات دخول الأسواق الدولية	يفهم الطالب المادة	3	الرابع عشر
امتحانات شفوية واسئلة	محاضرات نظرية و دراسة حالة و مناقشة	المفاهيم الأساسية للتسويق الدولي واستراتيجيات دخول الأسواق الدولية	يفهم الطالب المادة	3	الخامس عشر

البنية التحتية	
كتاب التسويق أسس ومفاهيم معاصره د. ثامر البكري	الكتب المقررة المطلوبة
إدارة التسويق المعاصر د . علي فلاح الزعبي	المراجع الرئيسية (المصادر)

البنية التحتية

المجلات التي تعنى بإدارة التسويق	الكتب والمراجع التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير،)
المواقع التي تعنى بإدارة التسويق	المراجع الإلكترونية، مواقع الإنترنت،

خطة تطوير المقرر الدراسي

1- دراسة احتياجات سوق العمل
2- الاطلاع على تجارب الجامعات الدولية الرصينة في مجال (إدارة تسويق).
3- الاطلاع على ما يكتب في المجلات العلمية الوطنية والعالمية في مجال (إدارة تسويق).