MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information معلومات المادة الدراسية				
Module Title	إدارة التسويق		**Module Delivery**	
Module Type	**Core**		☒**Theory** ☐**Lecture** ☐☒**Lab** ☑**Tutorial** ☐**Practical** ☑**Seminar**	
Module Code	BA2101			
ECTS Credits	**6**			
SWL (hr/sem)	**150**			
Module Level	2		**Semester of Delivery**	2
Administering Department	BA		**College**	Administration and Economics
Module Leader	قاسم فنجان عبدالزهره		**e-mail**	qasim.finjan@sa-uc.edu.iq
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد		**Module Leader's Qualification**	مدرس مساعد
Module Tutor	قاسم فنجان عبد الزهره		**e-mail**	qasim.finjan@sa-uc.edu.iq
Peer Reviewer Name			**e-mail**	
Scientific Committee Approval Date	1/9/2025		**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 الطلاب بأهم القواعد والأسس والمبادئ الأساسية لوظائف إدارة التسويق. 2. تمكين الطلاب من كيفية تطبيق وظائف إدارة التسويق.
Module Learning Outcomes مخرجات التعلم للمادة الدراسية	أ- الأهداف المعرفية أ1- تمكين الطالب من فهم مفاهيم التسويق وإدارة التسويق. أ2- اكتساب المعرفة حول بيئة التسويق. أ3- تمكين الطالب من فهم أسواق المستهلكين وسلوك الشراء. أ4- تمكين الطالب من فهم استراتيجية المنتج. أ5- تمكين الطالب من فهم وظيفة التسعير. أ6- تمكين الطالب من فهم وظيفة الترويج.

	أ7- تمكين الطالب من فهم أهمية قنوات التسويق. ب- أهداف المهارات الخاصة بالتسويق ب1- المهارات الأكاديمية ب2- مهارات تعليم وتدريب الطلاب على كيفية ممارسة إدارة التسويق، ووظائفها، وعملية ترويج المنتجات.
Indicative Contents المحتويات الإرشادية	تُشكّل المحتويات التوجيهية للمادة الدراسية الخطوط العريضة التي تهدف إلى توجيه العملية التعليمية وتخطيطها. وتشمل هذه المحتويات عادةً ما يلي: 1- الأهداف التعليمية 2- المفاهيم الأساسية 3- المنهج الدراسي 4- المواد التعليمية 5- الأنشطة التعليمية 6- أساليب التقييم 7- الإرشادات الأكاديمية. تُعتبر هذه المحتويات بمثابة خارطة طريق تُساعد المعلم والطالب على فهم سير المادة الدراسية وضمان تحقيق الأهداف التعليمية المرجوة. Total hrs =150 = SSWL - (Exam hrs) = 147 = 3 - 150 hr (Time table hrs x 15 weeks)

Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	١ -دراسة نظرية من خلال المحاضرات ٢ -دراسة حالة ومناقشة ٣ -استخدام أسلوب طرح الأسئلة

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطالب محسوب لـ ١٥ اسبوعا

Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل	**63**	**Structured SWL (h/w)** الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعيا	**6**
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل	**87**	**Unstructured SWL (h/w)** الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعيا	**7**
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	**150**		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

As		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	1	10% (10)	4	
	Assignments	1	10% (10)	4	
	Projects / Lab.	1	10% (10)	4	
	Report	1	10% (10)	4	
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	7	
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

Week	Material Covered
Week 1	مفاهيم ومبادئ التسويق
Week 2	إدارة التسويق
Week 3	بيئة التسويق
Week 4	عناصر المزيج التسويقي
Week 5	أسواق المستهلكين
Week 6	سلوك المستهلك الشرائي
Week 7	امتحان منتصف الفصل الدراسي
Week 8	استراتيجية المنتج
Week 9	استراتيجية التسعير
Week 10	استراتيجية الترويج
Week 11	قناة التسويق (التوزيع)
Week 12	الخدمات
Week 13	المبيعات
Week 14	المشتريات
Week 15	الامتحان

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus) المنهاج الاسبوعي للمختبر	
Week	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	Marketing Management/Business and Administration/Dr. Thamer Al-Bakri.	Yes
Recommended Texts		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.

مدرس المادة

م.م قاسم فنجان

د. زين العابدين

رئيس قسم ادارة الاعمال

Director of the Quality Assurance and Performance Department of the University: Wafa Saeed Hassan

مسؤولة وحدة الجودة كلية الادارة والاقتصاد

م. م وفاء سعيد حسن