

## نموذج وصف المقرر الدراسي نظرية المنظمة

| ١. أسم المقرر:  |         |   |                                  |                        |               |
|---|---------|---|----------------------------------|------------------------|---------------|
| ادارة التسويق   |         |   |                                  |                        |               |
| ٢. رمز المقرر:  |         |   |                                  |                        |               |
| يحدد من قبل القسم العلمي  |         |   |                                  |                        |               |
| ٣. الفصل / السنة:   |         |   |                                  |                        |               |
| الكورس الاول  |         |   |                                  |                        |               |
| ٤. تاريخ أعداد هذا الوصف:   |         |   |                                  |                        |               |
| ٢٠٢٥/٩/٢١   |         |   |                                  |                        |               |
| ٥. أشكال الحضور المتاحة:  |         |   |                                  |                        |               |
| حضورى + إلكتروني (عند الحاجة)   |         |   |                                  |                        |               |
| ٦. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية) :   |         |   |                                  |                        |               |
| ٣ ساعات / ٣ وحدات   |         |   |                                  |                        |               |
| ٧. أسم مسؤول المقرر الدراسي   |         |   |                                  |                        |               |
| الإسم: م.م كرار علي حسين الغزي  |         |   |                                  |                        |               |
| الإيميل: karrar.ali@uowa.edu.iq   |         |   |                                  |                        |               |
| ٨. أهداف المقرر   |         |   |                                  |                        |               |
| <p>أ- تعليم الطالب وإكسابه الخبرة للتعرف على مفهوم ادارة التسويق.</p> <p>ب- تعلم كيفية تحديد احتياجات المنظمات التسويقية الى المزيج التسويقي.</p> <p>ت- تعلم كيفية تحفيز العملاء وزيادة الربحية عن طريق رضا العملاء.</p> <p>ث- تعلم كيفية تحسين علاقات العمل بين الموظفين والعملاء من اجل كسبهم وزيادة الحصة السوقية.</p> <p>ج- تعلم كيفية تخطيط وتنظيم العمل بما يتلاءم مع اهداف المنظمات التسويقية.</p> |         |   | أهداف المقرر الدراسي             |                        |               |
| ٩. استراتيجيات التعليم والتعلم  |         |   |                                  |                        |               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ استخدام دراسات حالة واقعية قريبة من التخصص الدراسي .</li> <li>❖ المناقشة الصفية والاستفادة من التغذية الراجعة للمعلومات.</li> <li>❖ الاختبارات اليومية والامتحانات الشهرية والنهائية والواجبات البيتية.</li> <li>❖ استخدام أمثله عملية توضيحية لزيادة فهم المادة الدراسية المُعطاة للطالب.</li> </ul>  |         |   | الاستراتيجية                     |                        |               |
| ١٠. بنية المقرر   |         |   |                                  |                        |               |
| الاسبوع   | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة                          | اسم الوحدة او الموضوع            | طريقة التعلم           | طريقة التقييم |
| ١   | ٣       | فكره عن التسويق بصورة عامة                      | مقدمة عن ادارة التسويق           | محاضرة + مناقشة        | أسئلة شفوية   |
| ٢   | ٣       | التعرف على مفهوم التسعير والخطط اللازمة لتحديده | عملية تخطيط وتنفيذ مفهوم التسعير | محاضرة + مشاركة        | اختبار قصير   |
| ٣   | ٣       | معرفة الجوانب                                   | عنصر الترويج.                    | محاضرة + أمثلة تطبيقية | تقرير قصير    |

|              |                      |                           |  |   |    |
|--------------|----------------------|---------------------------|--|---|----|
|              |                      |                           | الايجابية للترويج  |   |    |
| واجب         | محاضرة + نقاش        | عنصر التوزيع              | التعرف ولاطلاع على أهمية عنصر التوزيع في التسويق         | ٣ | ٤  |
| اختبار قصير  | محاضرة + مشاركة      | مفهوم السلع               | التطرق الى معرفة السلع وانواعها                          | ٣ | ٥  |
| واجب         | محاضرة + نقاش        | مفهوم الخدمات             | الحصول على تصور واضح حول مفهوم الخدمات                   | ٣ | ٦  |
| اختبار شهري  | كتابه / حضور         | امتحان الشهر الاول        | امتحان الشهر الاول                                       | ٣ | ٧  |
| مشاركة       | محاضرة + حالات عملية | رضا العملاء في سوق الطاقة | التعرف على الطريقة أو الكيفية التي تحكم علاقة سوق الطاقة | ٣ | ٨  |
| واجب         | محاضرة + مشاركة      | تحليل swot                | فهم ومعرفة المكونات الاساسية لتحليل سوات                 | ٣ | ٩  |
| تقرير قصير   | محاضرة + دراسة حالة  | ادارة المبيعات            | ماهية ادارة المبيعات                                     | ٣ | ١٠ |
| اختبار قصير  | محاضرة + مشاركة      | تخطيط التسويق             | خطوات تخطيط التسويق                                      | ٣ | ١١ |
| تقرير        | محاضرة + مشاركة      | تنظيم التسويق             | مفهوم تنظيم التسويق                                      | ٣ | ١٢ |
| واجب         | محاضرة + نقاش        | رقابة الاداء التسويقي     | كيفية الرقابه على الاداء التسويقي                        | ٣ | ١٣ |
| مشاركة صفية  | مراجعة + مشاركة      | التسويق العالمي           | مفهوم التسويق العالمي                                    | ٣ | ١٤ |
| امتحان نهائي | كتابه / حضور         | امتحان الشهر الثاني       | امتحان الشهر الثاني                                      | ٣ | ١٥ |

#### ١١. تقييم المقرر

**توزيع الدرجة من ١٠٠ على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير..... الخ**

أ. التحضير والمشاركة الصفية: ٥ درجات  
ب. الاختبارات والواجبات: ٥ درجة  
ج. الاختبار الشهري: ٢٠ درجة  
د. الامتحان النهائي: ٥٠ درجة  
هـ. المجموع = ١٠٠ درجة

#### ١٢. مصادر التعلم والتدريس

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| لا يوجد كتاب مقرر   | الكتب المقررة المطلوبة               |
| كتاب مبادئ التسويق" و "مقدمة في التسويق". ل فيليب كوتلر . | المراجع الرئيسية                     |
| كتاب(ادارة التسويق، ثامر البكري، ٢٠١١).                   | الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها |
| المجلات والبحوث العلمية الخاصة بأدارة الموارد البشري      | المراجع الالكترونية، مواقع الانترنت  |