**نموذج وصف المقرر**

**وصف المقرر**

|  |
| --- |
| يوفر وصف المقرر هذا إيجازاً مقتضياً لأهم خصائص المقرر ومخرجات التعلم المتوقعة من الطالب تحقيقها مبرهناً عما إذا كان قد حقق الاستفادة القصوى من فرص التعلم المتاحة. ولابد من الربط بينها وبين وصف البرنامج.**؛** |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. المؤسسة التعليمية
 | جامعة ذي قار – كلية الإدارة والاقتصاد |
| 1. القسم العلمي / المركز
 | قسم إدارة الأعمال |
| 1. اسم / رمز المقرر
 | إدارة التسويق |
| 1. أشكال الحضور المتاحة
 | حضور جماعي / محاضرات ( التعليم الالكتروني ) |
| 1. الفصل / السنة
 | كورسات |
| 1. عدد الساعات الدراسية (الكلي)
 | 45 ساعة |
| 1. تاريخ إعداد هذا الوصف
 |  2022 |
| 1. أهداف المقرر
 |
|  إكساب الطالب مهارة معرفية عن مفهوم ومواصفات وأهمية وتطبيق مفاهيم أسس التسويق وتطورها الذي يكون ذو عالقة بالعمل الإداري، كما ويتم تزويد الطالب بالمعلومات عن كيفية استخدام الأساليب التسويقية الحديثة بأنواعها المختلفة وعن كيفية الاستفادة منها بتوف بالبيانات والمعلومات الصحيحة ي والدقيقة عن جماهير المؤسسة والتي تخدم متخذ القرار في اتخاذ القرارات الصائب وكيفية التدريب المستمر لمواكبة جميع أنواع التطور السريع الحاصل في المجال التسويقي. |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| 1. مخرجات المقرر وطرائق التعليم والتعلم والتقييم
 |
|  **أ- الأهداف المعرفية**  **أ1 - الحقائق الضرورية ومفاهيم ومبادئ ونظريات التسويق ومبادئه** **أ2 - فهم القيود التي تواجه موظفي الإدارات التسويقية في اتخاذ القرار الصحيحة**  **أ3 -أفكار ومفاهيم التسويق** |
| ب - الأهداف المهاراتية الخاصة بالمقرر. **ب 1 التسويق وكيفية استخدامه في تطوير المؤسسات.** **ب 2 – تأثير بالتسويق على المجتمع والحضارة.** **ب 3 - التوافق مع القضايا المستقبلية.**  |
|  طرائق التعليم والتعلم  |
| 1. المناقشة
2. المحاضرات
3. الشرح باستخدام برنامج Google Meet
 |
|  طرائق التقييم  |
| 1- الاختبارات الشفوية2- الاختبارات التحريرية الشهرية3- الواجب الدراسي4- الحضور5- التفاعل داخل المحاضرة |
| ج- الأهداف الوجدانية والقيمية   ج1 -استيعاب مفاهيم التسويقية . ج2 -زيادة قدرة الطالب في تحسين المهارات الإبداعية. ج3 يصبح الطالب قادر على حل الأسئلة التي تتعلق بالموضوع . |
|  طرائق التعليم والتعلم  |
| المناقشةالمحاضرات الامتحانات  |
|  طرائق التقييم  |
| المناقشةالاختبارات التحريرية الاختبارات الشفهيةتكليف الطلبة بالواجب الدراسي |
| د - المهارات العامة والتأهيلية المنقولة ( المهارات الأخرى المتعلقة بقابلية التوظيف والتطور الشخصي ). د 1 -تشجيع المناقشات الجماعية بين الطلبة د 2 -تشجيع الطلبة على حل بعض الأسئلة وإرسالها لتقييمهم ومعرفة مدى مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا د 3 -طرح أسئلة مفاجئة تحفز التفكير غير المباشر والتحدي الذهني |

|  |
| --- |
| 1. بنية المقرر
 |
| الأسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | اسم الوحدة / أو الموضوع | طريقة التعليم | طريقة التقييم |
| 3 أسابيع  | 9 ساعات |  إعطاء شرح عام وشامل عن التسويق | مفهوم وأهمية وتنظيم وظائف التسويق | المحاضرة + المناقشة | النقاش الاختبارات الشفوية الاختبارات التحريرية  |
|  3 أسابيع  | 9 ساعات | إعطاء شرح عام وشامل لعناصر التسويق | التخطيط والاتصالات وأهم الوسائل التسويقية |  المحاضرة + المناقشة  | النقاش الاختبارات الشفوية الاختبارات التحريرية  |
| 3 أسابيع  | 9 ساعات  | دراسة حالة السوق وعلاقته بالمستهلكين |  الاتصال بالمستهلكين وأهم الصعوبات التي تواجه المؤسسة في المجال التسويقي | المحاضرة + المناقشة  | النقاش الاختبارات الشفوية الاختبارات التحريرية  |
|  3 أسابيع  | 9 ساعات | الاتجاه العام للمستهلكين ومنتجات المؤسسة |  كيفية التعرف على اتجاهات الجمهور وكيفية تحقيق الاتصال التسويقي | المحاضرة + المناقشة | النقاش الاختبارات الشفوية الاختبارات التحريرية  |
| 3 أسابيع  | 9 ساعات | شرح عن بعض نظم المعلومات التسويقية عبر ألانترنت |  التعرف على أهم النظم التي تستخدم للبرنامج التسويقي وكيفية استخدامها عبر الانترنت |  المحاضرة + المناقشة |  النقاش الاختبارات الشفوية الاختبارات التحريرية  |

|  |
| --- |
| 1. البنية التحتية
 |
| 1ـ الكتب المقررة المطلوبة  | الكتب العلمية في الاختصاصات الخاصة بنظم المعلومات التسويقية وإدارة التسويق |
| 2ـ المراجع الرئيسية (المصادر)  |  |
| اـ الكتب والمراجع التي يوصى بها ( المجلات العلمية , التقارير ,.... ) |  |
| ب ـ المراجع الالكترونية, مواقع الانترنيت .... | المواقع الالكترونية المتخصصة |

|  |
| --- |
| 1. خطة تطوير المقرر الدراسي
 |
| إضافة مفردات للمناهج ضمن التطور الحاصل في المقرر و تحديث المقرر بشكل دوري من خلال الاطلاع المستمر على احدث المصادر العلمية في مجال الاختصاص والاستفادة منها . |
|  |
|   |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |