

نموذج وصف المقرر الدراسي

(المعتمد بناءً على اتفاقية التوأمة مع جامعة كربلاء - كلية الإدارة والاقتصاد / قسم إدارة الاعمال)

اسم الجامعة: جامعة وارث الأنبياء

الكلية/ المعهد: كلية الادارة والاقتصاد

القسم العلمي: قسم إدارة الاعمال

النظام الدراسي: مسار بولونا للمرحلة الثانية

MODULE DESCRIPTION FORM

نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information				
معلومات المادة الدراسية				
Module Title	ادارة التسويق		Module Delivery	
Module Type	Basic		<input checked="" type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar	
Module Code	BA2101			
ECTS Credits	6			
SWL (hr/sem)	150			
Module Level	UGx11	1		Semester of Delivery
Administering Department	Administration		College	Collage of Administration and Economics
Module Leader	م.م علي عزيز محمد		e-mail	
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد		Module Leader's Qualification	
Module Tutor			e-mail	
Peer Reviewer Name			e-mail	
Scientific Committee Approval Date			Version Number	

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>Module Objectives</p> <p>أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1- تنمية مهارات الطلبة في مجال ادارة الاعمال عموماً. 2- تنمية مهارات الطلبة في تخصص ادارة التسويق بوجه خاص . 3- ايجاد الخبرات اللازمة في تخصص ادارة الاعمال وتوفيرها للمجتمع افراداً ومنظمات . 4- تهيئة الطلبة للحصول على فرص وظيفية متميزة من خلال التدريب لمسارات مختلفة في التخصصات الرئيسية والفرعية وتدريبهم على مختلف تطبيقات الحاسب الآلي في مجال ادارة الاعمال عموماً وادارة التسويق على وجه الخصوص . 5- توفير بيئة تعليمية متميزة لطلبة القسم واعضاء الهيئة التدريسية والباحثين تواكب المعمول به في الجامعات العالمية . 6- خدمة المجتمع من خلال التطوير والتدريب مع القطاع الخاص للارتقاء بالبيئة الاجتماعية وفتح مجال التعليم والتدريب لجميع الراغبين . 7- تطوير المهارات الادارية والقيادية والعمل الجماعي واتخاذ القرارات لجميع ملاكات القسم من طلبة وتدرسيين واداريين . 8- السعي لجلب الخبرات الادارية وكل ما هو جديد في مجال ادارة الاعمال عموماً وادارة التسويق خصوصاً من خلال تنظيم واقامة المؤتمرات والندوات العلمية .
<p>Module Learning Outcomes</p> <p>مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1- التعريف لمفهوم المقرر (المادة الدراسية) . 2- يفسر للطلبة خصائص المقرر . 3- يبين للطلبة مضمون ومحتوى المقرر . 4- حل المشكلات الادارية والتسويقية . 5- يوضح للطلبة بعض النظريات عن المقرر . 6- يحدد للطلبة السياسات التي اعتمدها المقرر . 7- يعطي للطلبة امثلة عن تجارب الآخرين .
<p>Indicative Contents</p> <p>المحتويات الإرشادية</p>	<p>سيتم تناول الموضوعات الرئيسية الآتية في الكورس الأول :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- مدخل الى ادارة التسويق . 2- البيئة التسويقية . 3- استراتيجيات التسويق وتجزئة السوق . 4- اسواق المستهلك وسلوكه الشرائي . 5- سوق منظمات الاعمال وسلوكها الشرائي .

	-6 امتحان الشهر الأول . -7 المزيج التسويقي . -8 المنتج والخدمة -9 الاتصالات التسويقية (الترويج) . -10 التسعير . -11 التوزيع (المكان) . -12 التسويق العالمي (الدولي) . -13 امتحان الشهر الثاني . -14 المبيعات . -15 المشتريات .
--	---

Learning and Teaching Strategies استراتيجيات التعلم والتعليم	
Strategies	استراتيجيات التعلم الاساسية : -1لقاء المحاضرات على الطلبة في الصف الدراسي . -2استخدام السبورة المدرسية . -3 طرح الاسئلة على الطلبة ومطالبتهم بحلها . -4 مشاركة الطلبة في حل المسائل صفيًا . -5 تكليف الطلبة بالواجبات البيتية . -6 تكليف الطلبة بعمل تقارير تخص حل مشاكل ادارية وتسويقية محددة .

Student Workload (SWL) الحمل الدراسي للطلاب محسوب ل ١٥ اسبوعا			
Structured SWL (h/sem) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب خلال الفصل	63	Structured SWL (h/w) الحمل الدراسي المنتظم للطلاب أسبوعيا	4.1
Unstructured SWL (h/sem) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب خلال الفصل	87	Unstructured SWL (h/w) الحمل الدراسي غير المنتظم للطلاب أسبوعيا	5.9
Total SWL (h/sem) الحمل الدراسي الكلي للطلاب خلال الفصل	150		

Module Evaluation

تقييم المادة الدراسية

As		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (10)	5 and 13	All
	Assignments	2	10% (10)	2 and 14	All
	Discussions	1	10% (10)	Continuous	All
	Report	1	10% (10)	15	All
Summative assessment	Midterm Exam	1hr	10% (10)	9	All
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)

المنهاج الاسبوعي النظري

Week	Material Covered
Week 1	مدخل الى ادارة التسويق
Week 2	البيئة التسويقية
Week 3	استراتيجيات التسويق وتجزئة السوق
Week 4	اسواق المستهلك وسلوكه الشرائي
Week 5	سوق منظمات الاعمال وسلوكها الشرائي
Week 6	الامتحان الاول
Week 7	المزيج التسويقي
Week 8	المنتجات (السلع والخدمات)
Week 9	الاتصالات التسويقية (الترويج)
Week 10	التسعير
Week 11	التوزيع (المكان)
Week 12	التسويق العالمي (الدولي)
Week 13	الامتحان الثاني
Week 14	المبيعات

Week 15	المشتریات
Week 16	

Delivery Plan (Weekly Lab. Syllabus)

المنهاج الاسبوعي للمختبر

Week

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	البكري ، ثامر ياسر ، ادارة التسويق ، 2010	لا . يزود من قبل الاستاذ
Recommended Texts	لا توجد	
Websites	لا يوجد	

Grading Scheme

مخطط الدرجات

Group	Grade	التقدير	Marks %	Definition
Success Group	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance

(50 - 100)	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	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
(0 – 49)	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.