

## نموذج وصف المقرر الدراسي: إدارة التسويق

1. أسم المقرر:	
إدارة التسويق	
2. رمز المقرر:	
WBA-21-03	
3. الفصل / السنة:	
الكورس الأول	
4. تاريخ أعداد هذا الوصف:	
1/10/2024	
5. أشكال الحضور المتاحة:	
حضوري + إلكتروني (عند الحاجة)	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلّي) / عدد الوحدات (الكلّي):	
3 ساعة / 3 وحدات	
7. أسم مسؤول المقرر الدراسي	
الإيميل: <a href="mailto:ali.aziz.kelkawi@uowa.edu.iq">ali.aziz.kelkawi@uowa.edu.iq</a> الاسم: م.م علي عزيز كلكاوي	
8. أهداف المقرر	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للتسويق وأهميته ودوره في نجاح المنظمات والنشاط الاقتصادي.</li> <li>• تنمية قدرة الطالب على تحليل البيئة التسويقية (الداخلية والخارجية) وتحديد الفرص والتهديدات.</li> <li>• تمكين الطالب من فهم سلوك المستهلك النهائي والمشتري الصناعي والعوامل المؤثرة في قرارات الشراء.</li> <li>• إكساب الطالب المهارات الأساسية في بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية.</li> <li>• تدريب الطالب على كيفية تجزئة السوق، واختيار الأسواق المستهدفة، وتحديد الموقع الذهني للمنتج (STP).</li> </ul>	<p><b>أهداف المادة</b></p> <p><b>الوراسية</b></p>
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• المحاضرات النظرية المدعومة بعروض تقديمية وأمثلة واقعية.</li> <li>• المناقشات الصفية وتحليل دراسات حالة لشركات محلية وعالمية.</li> <li>• التعلم بالمشاريع (إعداد تقارير وبحوث قصيرة عن السوق).</li> <li>• استخدام المصادر الإلكترونية والمكتبية لتوسيع المعرفة.</li> </ul>	<p><b>الاستراتيجية</b></p>

## 10. بنية المقرر

مخرجات التعلم الم

الساعات

الأسبوع

أسئلة شفوية	محاضرة + مناقشة	الفصل الأول: مفهوم وأهمية إدارة التسويق.	فهم ماهية التسويق وتطوره وأهدافه.	6	1-2
مشاركة صفية	محاضرة + تحليل حالة	الفصل الثاني: البيئة التسويقية.	تحليل مكونات البيئة التسويقية الكلية والجزئية.	6	3-4
اختبار قصير	محاضرة + ورشة عمل	الفصل الثالث: نظام المعلومات التسويقية وبحوث التسويق.	التعرف على أهمية المعلومات في اتخاذ القرارات التسويقية.	6	5-6
الاختبار الأول	محاضرة + نقاش	الفصل الرابع: سلوك المستهلك وأسواق المستهلكين.	فهم العوامل المؤثرة في قرار الشراء لدى المستهلك.	6	7-8
واجب	محاضرة + أمثلة	الفصل الخامس: أسواق الأعمال وسلوك المشتري الصناعي.	التمييز بين أسواق المستهلكين والأسواق الصناعية.	6	9-10
تقرير قصير	محاضرة + تدريب عملي	الفصل السادس: تجزئة السوق، الاستهداف، والتموضع (STP).	تطبيق خطوات تجزئة السوق واختيار الشريحة المناسبة.	9	11-13
مشاركة صفية	مراجعة + تدريبات	مراجعة عامة للمقرر.	مراجعة المفاهيم الأساسية والاستراتيجيات التسويقية.	3	14
امتحان نهائي	كتابة / حضور	الامتحان النهائي.	تقييم شامل لفهم الطالب لمبادئ التسويق.	3	15

## 11. تقييم المقرر

توزيع الدرجة من 100  
 أ. التحضير والمشاركة الصفية: 10 درجات  
 ب. الاختبارات القصيرة والواجبات: 20 درجة  
 ج. الاختبار الأول (منتصف الفصل): 20 درجة  
 د. الامتحان النهائي: 50 درجة المجموع الكلي للدرجات = 100 درجة

## 12. مصادر التعلم والتدريس

"إدارة التسويق" لـ الدكتور ثامر البكري 2022.  
 "مبادئ التسويق" لـ فيليب كوتلر و غاري أرمسترونغ (Principles of Marketing by Philip Kotler & Gary Armstrong) - يعتبر المرجع الأول في التسويق عالمياً.  
 موقع "جمعية التسويق الأمريكية" (Marketing Association – ama.org)  
 مواقع ومجلات متخصصة في التسويق مثل "Harvard Business Review" و "Marketing Week".

الكتب المقررة المطلوبة