نموذج وصف المقرر الدراسي: بحوث التسويق

1. أسم المقرر:	
بحوث التسويق	
2. رمز المقرر:	
WBA-22-01	
3. الفصل / السنة:	
الكورس الثاني	
4. تاريخ أعداد هذا الوصف:	
1/10/2024	
5. أشكال الحضور المتاحة:	
حضورى + إلكتروني (عند الحاجة)	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية):	
2 ساعة / 2 وحدات	
7. أسم مسؤول المقرر الدراسي	
الإيميل: ali.aziz.kelkawi@uowa.edu.iq الاسم: م.م علي عزيز كلكاوي	
8. أهداف المقرر	
<ul style="list-style-type: none">تمكين الطالب من فهم وتصميم استراتيجيات المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج).إكساب الطالب القدرة على تحليل دورة حياة المنتج وتطوير المنتجات الجديدة وإدارة العلامات التجارية.تنمية معرفة الطالب بأهداف واستراتيجيات التسعير المختلفة وتأثيرها على الربحية والمنافسة.تعريف الطالب بقنوات التوزيع وأهميتها في إيصال القيمة للعملاء.تدريب الطالب على كيفية بناء استراتيجية ترويجية متكاملة (إعلان، بيع شخصي، علاقات عامة، ترويج مبيعات).تعريف الطالب بأساسيات التسويق الإلكتروني ودوره في التسويق الحديث.	أهداف المادة الدراسية
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
<ul style="list-style-type: none">المحاضرات النظرية التي تركز على الجانب التطبيقي للمزيج التسويقي.تحليل دراسات حالة عملية لاستراتيجيات تسويقية ناجحة وفاشلة.	الاستراتيجية

<ul style="list-style-type: none"> التعلم بالمشاريع (إعداد خطة تسويقية مبسطة لمنتج أو خدمة). ورش عمل تطبيقية وجلسات عصف ذهني. 	
10. بنية المقرر	

مخرجات التعلم الم

3 أسابيع

الساعات

اختبار قصير	محاضرة + تحليل حالة	الفصل السابع: استراتيجيات المنتج والخدمات والعلامة التجارية.	تصميم استراتيجيات المنتج والعلامة التجارية والتغليف.	6	1-3
واجب	محاضرة + تدريب عملي	الفصل الثامن: استراتيجيات التسعير.	فهم أهداف وطرق التسعير المختلفة.	4	4-5
الاختبار الأول	محاضرة + نقاش	الفصل التاسع: استراتيجيات قنوات التوزيع (المكان).	تحديد وتصميم قنوات التوزيع المناسبة.	6	6-8
مشروع بحثي	محاضرة + ورشة عمل	الفصل العاشر: استراتيجيات الترويج المتكامل: الإعلان والعلاقات العامة.	بناء مزيج ترويجي متكامل (إعلان، علاقات عامة).	6	9-11
مشاركة صفية	محاضرة + أمثلة	الفصل الحادي عشر: استراتيجيات الترويج (تابع): ترويج المبيعات والبيع الشخصي.	فهم أدوات ترويج المبيعات والبيع الشخصي.	4	12-13
تقرير قصير	محاضرة + عرض عملي	الفصل الثاني عشر: مقدمة في التسويق الإلكتروني.	التعرف على أساسيات التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.	2	14
امتحان نهائي	كتابة / حضور	الامتحان النهائي.	تقييم شامل لفهم الطالب لأدوات المزيج التسويقي.	2	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

<p>"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".</p>	الكتب المقررة المطلوبة
---	-------------------------------