



# دليل قسم التسويق

توصيف البرنامج التعليمي  
والمقررات الدراسية

الفصل الدراسي (2022-2023)

## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرَیَ اللَّهِ وَعَمَلَكُمْ وِرْسَالَهُ وَالْمُؤْمِنُونَ  
وَسْتُرِدُونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْغُیْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا  
كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾

### صدق الله العظيم

الآية 105 من سورة التوبة

## جدول المحتويات

الصفحة	المحتوى	ت
	مقدمة	1
	كلمة رئيس القسم	2
	نبذة عن القسم العلمي	3
	رؤية ورسالة واهداف القسم	4
	البرامج التي تقدمها الكلية	5
	وصف البرنامج الاكاديمي	6
	اعضاء هيئة التدريس بالقسم	7
	المقررات الدراسية للقسم	8
	توصيف المقررات الدراسية للقسم	9
	تقسيم درجات المقررات الدراسية	10
	نطاق تقسيم الدرجات والمعدل التراكمي	11
	الخاتمة	12

### مقدمة.

### كلمة رئيس القسم

في مستهل الحديث يطيب لي اصاله عن نفسي ونيابة عن زملائي اعضاء هيئة التدريس الترحيب بكل زوار الموقع الالكتروني لقسم التسويق بكلية الاقتصاد والتجارة بالجامعة الاسمية الاسلامية، كما يسرني ان اقدم لكم بعض المعلومات عن القسم، فهو احد الأقسام العلمية بالكلية، وهو يمنح درجة البكالوريوس في هذا التخصص، وقد تم افتتاحه في عام 2021م بهدف تهيئة ما تتطلبه الدولة من الكوادر والعناصر الاكاديمية والفنية والإدارية تشارك في بناء مؤسسات المجتمع .

## نبذة عن القسم

### نبذة عن القسم:

أنشأ قسم التسويق حديثاً ويعتبر من أهم الأقسام على المستوى المحلي والعالمي فهو قسم هام يخدم كافة المنظمات الحكومية وغير الحكومية.

### رؤية القسم:

يسعى قسم التسويق لأن يكون مصدر إشعاع علمي وحضاري، وأن يرقى إلى مصاف الأقسام المتميزة للإسهام بشكل كبير في إعداد المتخصصين في هذا المجال الذي أصبح أساس نجاح المؤسسات العامة والخاصة وأن يكون مركزاً من المراكز البحثية المتميزة.

### رسالة القسم:

إعداد الكوادر البشرية العلمية المتخصصة في مجال علم التسويق للإسهام في تحقيق أهداف الكلية واستراتيجياتها وسياساتها الإدارية والعلمية والتعليمية من خلال القيام بالمهام المناطة بقسم التسويق.

### أهداف القسم:

- 1- تزويد المجتمع بالموارد البشرية المتخصصة في التسويق وفقاً لمتطلبات سوق العمل من حيث النوعية والكمية.
- 2- إجراء البحوث والدراسات فيما يتعلق بالمشاكل التسويقية التي تواجه مؤسساتنا الوطنية الصناعية والخدمية.
- 3- تنظيم الدورات التدريبية في مجال التسويق للإسهام في رفع كفاءة العاملين في وظائف التسويق والمبيعات في مؤسساتنا .
- 4- تنظيم المؤتمرات والندوات العلمية وحلقات النقاش وورش العمل في مجالات التسويق لتبادل الخبرات المحلية والأجنبية.
- 5- تنظيم رحلات علمية لطلبة قسم التسويق إلى بعض المؤسسات الصناعية الكبيرة للتعرف عن قرب على النشاط التسويقي بهدف ربط المحاضرات النظرية بالواقع العلمي في هذه المؤسسات.

التطوير المستمر لمسميات المقررات الدراسية وكذلك مفرداتها بهدف مواكبة الجديد في علم التسويق وأيضاً لتلبية احتياجات سوق العمل التي تفرضها ظروف المنافسة المحلية والأجنبية.

## الدرجة العلمية للبرنامج

بكالوريوس تسويق.

## وصف البرنامج الاكاديمي

### 1-أهداف البرنامج

1. إعداد الكوادر المؤهلة والمتخصصة في العلوم الاقتصادية بغية تحقيق المساهمة الفاعلة في التنمية الاقتصادية.
2. تأهيل العناصر الشابة المتعلمة بما يحقق المساهمة في سد احتياجات سوق العمل.
3. القيام بالبحوث والدراسات العلمية المتخصصة لخدمة التنمية الاقتصادية.
4. تطوير المناهج العلمية ومراجعتها بشكل مستمر بما ينسجم مع تطور العلوم الاقتصادية.
5. تفعيل البحث العلمي وتنمية القدرات البحثية للطلاب.
6. إقامة المؤتمرات والندوات العلمية المتخصصة.
7. من مبدأ أن الجامعة في خدمة المجتمع سعى القسم إلى تفعيل النشاط الاستشاري لجميع المؤسسات الخاصة والعامة.

### 2.المخرجات التعليمية للبرنامج:

### 3-المستهدفات

1. إكساب الطلاب القدرة على تطبيق المعرفة في مجال
2. تنمية المعارف والمهارات التحليلية والنقدية والفكرية لطلاب البرنامج.
3. تنمية وتعزيز السلوكيات الايجابية والمهنية لدى المتحقيين بالبرنامج.
4. تنمية المعارف والمهارات البحثية لدى طلاب البرنامج بما يمكنهم من إعداد بحوث في مجال تخصصهم لخدمة المجتمع.

#### 4-متطلبات الالتحاق بالبرنامج:

تحدد اللائحة الداخلية للكلية متطلبات الالتحاق بالبرنامج وفقا للاتي:

- أن يكون الطالب أنهى مادة مبادئ الاقتصاد1 بما لا يقل عن 65%

- أن يكون الطالب أنهى مادة مبادئ اقتصاد2 بما لا يقل عن 65 %

- أن يكون الطالب قد اجتاز 35 وحدة من إجمالي عدد الوحدات المقررة.

### اعضاء هيئة التدريس بالقسم

الدرجة العلمية	المؤهل العلمي	الاسم	ر.م
محاضر	ماجستير	عبدالسلام عاشور محمد أبوفردة	1
أستاذ مساعد	دكتوراه	محمد الثابت علي الصداقي	2
محاضر	ماجستير	نوري علي أحمد المضوي	3

## الخطة الدراسية للقسم

(فصل الخريف + فصل الربيع)

البيان	الاسبوع	ت
تجديد القيد+تسجيل المقررات الدراسية+تسجيل الطلبة الجدد	الأسبوع الأول	.1
بداية المحاضرات الدراسية	الاسبوع الثاني	.2
إيقاق القيد و الاسقاط و الاضافة	الاسبوع الثالث	.3
محاضرات دراسية	الاسبوع الرابع	.4
محاضرات دراسية	الاسبوع الخامس	.5
محاضرات دراسية+الامتحانات النصفية	الاسبوع السادس	.6
محاضرات دراسية	الاسبوع السابع	.7
محاضرات دراسية	الاسبوع الثامن	.8
محاضرات دراسية	الاسبوع التاسع	.9
محاضرات دراسية	الاسبوع العاشر	.10
محاضرات دراسية	الاسبوع الحادي عشر	.11
محاضرات دراسية	الاسبوع الثاني عشر	.12
محاضرات دراسية	الاسبوع الثالث عشر	.13
محاضرات دراسية	الاسبوع الرابع عشر	.14
محاضرات دراسية	الاسبوع الخامس عشر	.15
نهاية الامتحانات النهائية و إعلان النتيجة	الاسبوع السادس عشر	.16
التقدم في الطعون . و اعتماد النتيجة	الاسبوع السابع عشر	.17

## المقررات الدراسية للقسم

أولاً: جدول المقررات الإلزامية التخصصية (45 ساعة)

ت	رقم المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات	الأسبوعية
1	180	أساسيات التسويق	3	-
2	280	إدارة الترويج	3	180
3	281	إدارة التوزيع	3	180
4	282	إدارة تطوير المنتجات	3	180
5	283	سلوك المستهلك	3	180
6	380	استراتيجيات التسويق	3	283
7	381	اتصالات تسويقية	3	380
8	382	التخطيط التسويقي	3	380
9	383	بحوث التسويق	3	380
10	480	تسويق الخدمات	3	383
11	481	التسويق السياحي	3	480
12	482	التسويق الدولي	3	480
13	483	التسويق الإلكتروني	3	480
14	484	التسويق المصرفي	3	480
15	407	مشروع التخرج	3	بإذن من القسم
		مجموع الساعات المطلوبة	45	

ثانياً: جدول المقررات الإلزامية غير التخصصية (15 ساعة)

ت	رقم المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات	الأسبوعية
1	202	القانون التجاري	3	102
2	230	المحاسبة المتوسطة 1	3	131
3	320	إدارة مالية	3	170-121
4	322	بحوث العمليات 1	3	141-124-121
5	406	طرق البحث العلمي	3	
		مجموع الساعات المطلوبة	15	

ثالثاً: جدول المقررات الاختيارية التخصصية (الحد الأدنى 09 ساعات)

ت	رقم المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات	الأسبقية
1	485	تسويق الخدمات الصحية	3	480
2	486	التسويق الصناعي	3	480
3	580	إدارة المبيعات	3	283
4	581	أساسيات الإعلان	3	381
5	582	الأساليب الكمية في التسويق	3	380
6	583	نظم المعلومات التسويقية	3	383
7	584	دراسات في التسويق	3	380
8	585	إدارة المنظمات التسويقية	3	482
مجموع الساعات المطلوبة			09	

رابعاً: جدول المقررات الاختيارية غير التخصصية (الحد الأدنى 03 ساعات)

ت	رقم المقرر	اسم المقرر	عدد الساعات	الأسبقية
1	220	إدارة العمليات الانتاجية	3	120
2	225	إدارة الموارد البشرية	3	121-120
3	313	النقود والمصارف	3	111
مجموع الساعات المطلوبة			03	

(متطلبات التخرج 135 ساعة)

### توصيف مقررات القسم

حيث سيتم بيان كل مقرر ورقمه وعدد الساعات الدراسية له وأسبقية كل مقرر، بالإضافة إلى ذلك سيتم ايضاح الهدف الرئيسي لكل مقرر والمحتويات التي يتضمنها وكالاتي:

#### 1. اتصالات التسويق (280) الأسبقية: (223)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بمفهوم الاتصالات الشخصية والتسويق وكذلك للتعرف على وسائل

الاتصالات ومدى قياسها.

## 2. إدارة المبيعات (281) الأسبقية: (280)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بمفهوم إدارة المبيعات وأهدافها وأهميتها وكيفية تنظيمها وكذلك التعرف على كيفية التدريب والتخطيط والتوجيه والرقابة على أعمال البيع.

## 3. سلوك المستهلك (282) الأسبقية: (281-280)

يهدف هذا المقرر إلى معرفة عملية الاستهلاك للسلع والخدمات وادراك المؤثرات على السلوك والاهتمام بفهم ودراسة مظاهر السلوك الإنساني.

## 4. تطوير المنتجات وتسعيرها (380) الأسبقية: (282-281)

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بإطار مفاهيمي شامل حول المفاهيم العلمية والعملية اللازمة لتطوير المنتجات الجديدة.

## 5. ترويج المنتجات (381) الأسبقية: (380)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بمفهوم ترويج المنتجات وبيان أهميتها وكيفية توضيح لترويج المنتج من شركات الأعمال لربائنها.

## 6. تسويق الخدمات (383) الأسبقية: (282)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية للخدمة وخصائصها التسويقية ودراسة الوسائل والأساليب المستخدمة في تسويق الخدمات.

## 7. بحوث التسويق (480) الأسبقية: (282)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب ببحوث التسويق والأصول الواجب مراعاتها عند إعداد البحث التسويقي الناجح وخاصة فيما يتعلق بقواعد المنهجية العلمية والأسلوب العلمي.

## 8. التسويق الدولي (480) الأسبقية: (223)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بمفهوم التسويق الدولي كيفية نشأته وتطوره وأهميته ودراسة نظريات التبادل التجاري الدولي وأسسها.

## 9. التسويق السياحي (481) الأسبقية: (383)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بأهمية السياحة ونشأتها وأهم عناصر جذبها وأنواعها.

## 10. التسويق الصناعي (483) الأسبقية: (223)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بمفهوم التسويق الصناعي وأهميته وبيان تجزئة السوق الصناعية وأنواعها وتسعير المنتجات الصناعية.

## 11. استراتيجيات التسويق (484) الأسبقية: (223)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بعملية التخطيط الاستراتيجي للتسويق وتوضيح مسألة التحليل البيئي كمسألة ضرورية في وضع استراتيجيات التسويق.

## 1. التسويق الالكتروني (486) الأسبقية: (223-164)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بأهمية الانترنت ومزايا منظمات الأعمال ومفهوم الأعمال الالكترونية المنافسة من المنظمات من هذا المجال وتصميم المواقع الالكترونية.

## 2. التسويق المصرفي (485) الأسبقية: (383)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب إلى حاجة المنظمات المالية لوجود قسم التسويق وتأمين الاتصال مع الجمهور المستهدف سواء عامة أو خاصة وكذلك توضيح أهمية عنصر الخدمة المصرفية في المزيج التسويقي للمصرف.

### 3. التخطيط التسويقي (487) الأسبقية: (280)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بمفهوم التخطيط التسويقي وأنواعه وأهميته ومراحله.

### 4. الأساليب الكمية في التسويق (488) الأسبقية: (383-322-141)

يهدف هذا المقرر إلى دراسة العديد من الأساليب الكمية المستخدمة في معالجة المشاكل التسويقية

كاختيار التجزئة - تحليل التباين السيطرة النوعية - أساليب تحديد الأسعار.

### 5. أساسيات الاعلان (489) الأسبقية: (223)

يهدف هذا المقرر إلى الجوانب التطبيقية للنشاط الاعلاني بالشكل الذي يبرز كمهنة لها أصولها

وقواعدها، بالإضافة إلى تنمية وتطوير مهارات الطالب في مجال تخطيط الحملات الترويجية الفعالة

وإدارتها بشكل يحقق الأهداف التسويقية.

### 6. توزيع المنتجات (382) الأسبقية: (380)

يهدف هذا المقرر إلى التعريف بمفهوم توزيع المنتجات وقنواتها وسياساتها وأنواعها وبما يخدم الطالب في

فهم أهمية الدور الحيوي لهذا النشاط ضمن المفهوم الحديث للتسويق.

## تقسيم درجات المقرر

طريقة التقييم	الفصل الدراسي
%60	امتحانات نهائية
%15	امتحانات نصفية
%15	امتحانات شفوية
%10	اوراق بحثية ونقاشات

## نطاق تقسيم الدرجات

النسبة المئوية	التقدير
أقل من 50	راسب
65 - 74	جيد
75 - 84	جيد جدًا
85 - 100	ممتاز

## المعدل التراكمي

المعدل التراكمي هو جميع المواد التي درسها الطالب من واقع خطته الدراسية سواء كان نجاحا او رسوباً، ويحسب بنفس طريقة المعدل الفصلي مع مراعاة طرح وحدات المواد المعادة .

الخاتمة