



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة وارث الانبياء (عليه السلام)
كلية الادارة والاقتصاد

المقرر الدراسي

2027



توقيع السيد العميد

نموذج وصف المقرر لمادة اساسيات التسويق

1. اسم المقرر					
اساسيات التسويق					
2. رمز المقرر					
WBH-21-1					
3. الفصل/ السنة					
الكورس الأول 2026-2027					
4. تاريخ اعداد هذا الوصف					
2026\9\19					
5. اشكال الحضور المعتادة					
حضور صفي مباشر في القاعات الدراسية					
6. عدد الساعات الدراسية الكلية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)					
عدد الساعات / 6 عدد الوحدات					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)					
الاسم: م.م ملاك ثويني رديني					
الايميل: malak.thuwainy@uowa.edu.iq					
8. أهداف المقرر					
اهداف		<ul style="list-style-type: none">• التعرف على المفاهيم والمبادئ الأساسية للتسويق وتطبيقها في المؤسسات الصحية.• فهم وتحليل احتياجات المرضى وسلوك المستفيدين والعوامل المؤثرة في اختيار الخدمات الصحية.• تحليل البيئة التسويقية للمؤسسات الصحية والتعرف على احتياجات السوق الصحي والمنافسة.• تطبيق عناصر المزيج التسويقي في تطوير وتسعير وترويج وتوزيع الخدمات الصحية بما يتناسب مع احتياجات المستفيدين.• تنمية مهارات الاتصال والترويج الصحي وبناء علاقات فعالة مع المرضى والمستفيدين وتعزيز رضاهم.• التعرف على الاتجاهات الحديثة في التسويق الصحي، مثل التسويق الرقمي، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة علاقات العملاء.			
المادة					
الدراسية					
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
الاستراتيجية		<ul style="list-style-type: none">✓ المحاضرات التفاعلية: شرح المفاهيم واساسيات التسويق وربطها بواقع الأعمال المؤسساتية الواقعية.✓ حل المسائل التطبيقية: تدريب الطلبة على استخدام الاساليب الادارية والتسويقية الحديثة في حل المشاكل التي تواجه عمل المؤسسات.✓ التعلم القائم على المشكلات: توظيف مسائل وحالات دراسية من بيئة الأعمال.✓ الأنشطة الصفية والمناقشات: تعزيز التفكير والعمل الجماعي.✓ التعلم الذاتي: تكليف بواجبات قصيرة ومراجعة مواد إضافية عبر مصادر مفتوحة.			
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	تعريف مفهوم التسويق واهميته	مدخل في التسويق	محاضرة تفاعلية	مشاركة صفية

2	3	توضيح المفاهيم والمبادئ الأساسية للتسويق	ادارة التسويق	شرح نظري + حالات دراسية	واجب بيتي + نشاط صفي
3	3	تحليل البيئة التسويقية وتحديد الفرص والتحديات	استراتيجيات التسويق	محاضرة + أمثلة تطبيقية في الأعمال	اختبار قصير
4	3	تطبيق تجزئة السوق والاستهداف والتوضيح	تجزئة السوق	مناقشة حالات عملية + محاضرة	واجب تطبيقي (حالة دراسية)
5	3	تحلل العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في الأنشطة التسويقية	البيئة التسويقية	شرح محاضره + أمثلة واقعية	اختبار قصير + مشاركة
6	3	التعرف على بحوث التسويق ومصادر المعلومات	ادارة المعلومات التسويقية	محاضرة صفية + مراجعة جماعية	واجب بيتي شامل + مشاركة صفية
7	3	توضيح استراتيجيات المنتج وإدارة العلامة التجارية	المنتج	محاضرة	محاضرة + مشاركة
8	3	التعرف على أهمية الخدمات وخصائصها	الخدمات	أمثلة تطبيقية + مناقشة	واجب قصير + مشاركة
9	3	التعرف على عملية الاتصالات التسويقية والمزيج الترويجي	الاتصالات التسويقية	محاضرة + مناقشة	محاضرة + مناقشة
10	3	يجتاز الامتحان من خلال توظيف المهارات التسويقية التي تم تعلمها.	امتحان	مراجعة شاملة + حل أسئلة سابقة	امتحان مدد
11	3	شرح قنوات التوزيع واختيار البدائل المناسبة	القنوات التسويقية	محاضرة + تطبيقات على أمثلة عملية	اختبار قصير + مشاركة
12	3	تفسير سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه	اسواق المستهلك	شرح نظري + أنشطة جماعية	واجب منزلي + مشاركة
13	3	توضيح مفاهيم وأدوات التسويق الالكتروني	التسويق الالكتروني	مناقشة حالات عملية + محاضرة	مشروع صغير (تقرير / حالة دراسية) + نشاط صفي
14	3	توضيح مفاهيم وأدوات التسويق الدولي	التسويق الدولي	محاضرة + مناقشة	واجب شامل + مشاركة صفية
15	3	يجتاز الامتحان من خلال توظيف المهارات التسويقية التي تم تعلمها	امتحان	مراجعة شاملة + حل أسئلة سابقة	الامتحان النهائي

11. تقييم المقرر

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير..... الخ

أ. الواجبات داخل الصف: 10 درجات

ب. الاختبارات القصيرة: 10 درجة

ج. التقارير: 10 درجة

د. الواجبات البيتية: 10 درجة

هـ. الامتحان النصفي: 10 درجة

و. الامتحان النهائي: 50 درجة

المجموع = 100 درجة

12. مصادر التعلم والتدريس

لا يوجد كتاب منهجي محدد	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية ان وجدت)
البكري ، ثامر ياسر ، ادارة التسويق ، 2020	المراجع الرئيسية (المصادر)
	الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير....)
مقالات ومراجع علمية الكترونية مختلفة واقتباسات من: المجلة العلمية لكلية الاقتصاد والتجارة .	المراجع الالكترونية، مواقع الانترنت

