

نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر	
التسويق والتجارة الالكترونية	
2. رمز المقرر	
Huc-acc-015	
3. الفصل / السنة	
الكورس الاول / 2025	
4. تاريخ اعداد هذا الوصف	
2025/2/8	
5. اشكال الحضور المتاحة	
حضورى	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي)	
39 ساعة / 39 وحدة	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر)	
الاسم : م.م مروج كاظم هادي الايميل: Wcni1659@gmail.com	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	يهدف إلى التوسع في عمليات البيع والشراء، وتوفير جميع المنتجات والسلع على أوسع نطاق وهو من أهم أهداف التسويق الإلكتروني. كذلك، من أهداف التسويق الإلكتروني تعزيز العلامة التجارية للشركات والمؤسسات، وتقوية صلة التواصل بين الزبائن والشركات، وتوثيق الثقة بين الزبائن والشركات، وجعلها متبادلة بينهم.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية	

10. بنية المقرر

الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3		مدخل في دراسة التسويق : تطوير مفهوم التسويق – تعريف التسويق- أهمية التسويق للمنشأة – أهمية التسويق على مستوى الدولة – طرق دراسة التسويق	حضوري	
2	3		النظام التسويقي: مفهوم النظام – النظام التسويقي – النظام التسويقي والبيئة	حضوري	
3	3		سلوك المستهلك: الاستهلاك واهمية دراسة سلوك المستهلك- نظريات سلوك المستهلك- مراحل عملية الشراء لدى المستهلك- دوافع الشراء لدى المستهلك. تجزئة السوق: ومفهوم السوق –سوق المستهلك الأخير وأنواع السلع الاستهلاكية- السوق المستعمل الصناعي وأنواع السلع الصناعية.	حضوري	
4	3		الترويج: تعريف عناصر الترويج- عناصر المزيج الترويجي- البيع الشخصي	حضوري	
5	3		المنتج: معنى واهمية المنتج- تطوير المنتج والتخطيط من المنتج الجديد-دورة حياة المنتج- أسباب فشل المنتج	حضوري	
6	3		التسعير : تعريف السعر واهداف التسعير- العوامل المؤثرة في تحديد السعر- الطرق المعتمدة في التسعير	حضوري	
7			التوزيع: التعريف واهمية المنافذ التوزيعية- منافذ توزيعية- المنافذ التوزيعية للسلع الإنتاجية- منافذ توزيع الخدمات	حضوري	
8	3		المبيعات: مفهوم واهمية المبيعات – مصادر الحصول	حضوري	

		على مجال البيع- مكانة اختيار مجال البيع			
9	3	المشتريات: مفهوم واهمية وظيفة الشراء-مصادر الحصول على المشتريات- المعايير المعتمدة في الشراء	حضور		
10	3	النقل والخبز: المفهوم واهمية التخزين- تكاليف التخزين والرقابة على المخزون- تعريف واهمية النقل	حضور		
11	3	نظم المعلومات ونظم التسويق: مفهوم نظم المعلومات التسويقية- مفهوم واهمية التسويق - أنواع مختلفة للتسويق- مقارنة بين نظم المعلومات التسويقية والبحوث التسويقية	حضور		
12	3	الخدمات: معنى واهمية الخدمات- الخصائص المميزة للخدمات- تحليل الخدمات	حضور		
13	3	تكاليف التسويق: مفهوم التكاليف التسويقية- الخصائص المميزة للتكاليف التسويقية- الفرق بين تكاليف التسويق والإنتاج- تبويب التكاليف التسويقية	حضور		
14	3	التجارة الالكترونية	حضور		
15		التجارة الالكترونية	حضور		

11. تقييم المقرر

توزع الدرجة 30 امتحانات شهرية و 10 تقييم يومي و 60 امتحان فصلي .

12. مصادر التعلم والتدريس

التسويق والتجارة الالكترونية د. ثامر البكري	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية ان وجدت)
التسويق الالكتروني د.مصطفى يوسف كافي	المراجع الرئيسية (المصادر)
	الكتب والمراجع الساندة التي يوصي بها (المجلات العلمية ، التقارير ،)

