

Module (Course Syllabus) Catalogue
2022-2023

College /Institute	Khabat Technical Institute	
Department	Food Security and Public Health	
Year (Stage)	2 nd	
Module Name	Marketing Management	
Module Code	KHTI-MAM301	
Semester	3 rd	
Credits	5	
Module Type	Prerequisite <input type="checkbox"/> Core <input checked="" type="checkbox"/> Assist. <input type="checkbox"/>	
Weekly hours	2	
Weekly hours (Theory)	(2) hr class	(-----) hr workload
Weekly hours (Practical)	(0) hr class	(-----) hr workload
Instructor (Theory)	Ausama Abdulwahab Safar	
E-Mail & Mobile No.	ausama.safar@epu.edu.iq	07504678291
Lecturer (Practical)		
E-Mail & Mobile No.		

Course Book

Course Description	Marketing Management is a course that examines the role and importance of marketing in the firm and other organizations. We will cover topics such as marketing plans/strategies, marketing research, market segmentation, retailing, advertising, pricing, Internet marketing, etc. You will find the course interesting and informative.
--------------------	--

<p>Course objectives</p>	<p>This course will help you to develop a better appreciation and understanding of the role of marketing in a business organization specifically, and in our society at large.</p> <p>Specific objectives include:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. To enhance your knowledge about marketing theories, principles, strategies and concepts and how they are applied; 2. To provide you with opportunities to analyze marketing activities within the firm; 3. To allow you to apply marketing concepts and theories to realistic marketing situations.
<p>Major & curriculum objectives targeted</p>	<p>At the end of this course, the student should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recognize the importance of marketing in an organization, how marketing relates to other business functions, and the role of marketing in society at large. • Do basic secondary research relative to marketing in an organization (e.g., by using Internet search engines, such as Google, etc.) • Select, analyze and define a target market for a selected product or service. • Develop a marketing plan or strategy for a product or service (e.g., company objectives, marketing objectives, target market(s), advertising, pricing, distribution, product/ service development, evaluation of competitors, contingency plans, budget, etc.)
<p>Student's Obligation</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4. Writing reports particularly in practical lessons as well as to scientific excursion. <ol style="list-style-type: none"> 1- Planning scientific trips in order to introduce students to the types of local traders, Retailers and whole saler markets. 2- Students are required to submit a seminar at the end of each session.

Forms of teaching	Theory lectures are presented in classes to students in different ways using projectors, posters, manual papers and white boards.
Assessment scheme	<p>Methods used to assess students are different including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mid-term exams (theoretical & practical) 24% • Quizzes 8% • Reports and seminar 16% • Homework 10% • Class activity 2% • Final exam (comprehensive) 40%
Course Reading List and References	<ul style="list-style-type: none"> • إدارة التسويق عالم من الإبداع, ٢٠١١, د. عبدالقادر محمد عبدالقادر • التسويق الزراعي, ٢٠١٨, طارق فيصل التميمي. • التسويق الزراعي, ٢٠١١, د. وليد يحيى سلام صافية محمود السيد • مبادئ التسويق الزراعي, ٢٠٠٨, الدكتور محمود علنو / الدكتور نبيل الجوجو

Week	Theory	date
1	Marketing concept- Marketing Definition	19/09/2022
2	Stages of Marketing development- The importance of marketing	26/09/2022
3	Marketing objectives- Marketing Mix	25/09/2022
4	Agricultural marketing- definition of Agricultural marketing- role of the customer in Agricultural marketing	03/10/2022
5	The added value of agricultural marketing- Agricultural Marketing Aspects	10/10/2022
6	Agricultural Marketing problems- Improving the marketing capabilities	17/10/2022
7	Agricultural marketing outlets- Agricultural Marketing Objectives- Improving the marketing capabilities of farmers	24/10/2022
8	Marketing Jobs- Marketing Jobs Classification- selling and buying principles- Physical Marketing Jobs	31/10/2022
9	Methods of transportation of agricultural products- Storage- Storing methods	07/11/2022

10	Mid-Term Exam.	14/11/2022
11	Recording and Accounting- Gathering Market Information- improving methods of Marketing jobs and services.	21/11/2022
12	Markets- Markets Identification- Markets classification	28/11/2022
13	Marketing Mediators	05/12/2022
14	Final Exam.	12/12/2022

پرسیار و وەلامی نموونەیی:

ب/ ئەمانەى خوار هوه تەنها بڕێکە:

أ. ئەرکی بە بازارکردنی ئاسانکاری لە چى پیکهاتوو؟

ب. ئامرازى هەلگرتن و کۆگاکردنى بەر و بڕوو مە کشتوکالیەکان بۆ چەند شیوهیه دابەش دەکرین؟

وەلام

أ. کارى بە بازارکردنى ئاسانکاری: بریتیه له ئاسانکاری کردنى هەلسان بە کارەکانى پیشووتر و پیک دیت له:

أ- ریزکردن و پله بەندى و لیک چواندن ب- نامادەکردن

ج- کۆگا کردن و بەرگ کردن د- پارەپێمان

ه. تۆمار کردن و ژمیریاری بە بازارکردن و- هەلگرتنى مەترسە

ط- کۆکردنەهوى زانیاری و هەواله به بازارپیهکان.

ب-

سایلو و کۆگاگان:

پهکەى ساردکەر هوه و کۆگاکردن:

کۆگا گومرگیهکان

پرسیار: ب/ ۳- أ- گرنگى به بازار کردن سەبارەت به چینی کۆمەلگا چیه؟

ثانياً - بالنسبة للمجتمع

يؤدي التسويق في وقتنا الحاضر دوراً بالغ الأهمية في الحياة الاقتصادية للمجتمع، وتأتي هذه الأهمية من الطبيعة الشمولية لوظائف التسويق التي تتضمن مراحل توفير السلع والخدمات كافة بما فيها مرحلة الدراسات قبل الإنتاج وحتى بعد بيع السلع إلى المستهلكين، كما يعد التسويق محركاً لعجلة الاقتصاد المجتمع وذلك من خلال ما يأتي :

أ- رفع المستوى المعيشي للأفراد والوصول بهم إلى درجات عالية من الرفاهية الاقتصادية .

ب- خلق النشاط التسويقي عدداً كبيراً من الوظائف يعمل فيها أفراد المجتمع .

ج- يعمل التسويق على إنعاش التجارة الداخلية والخارجية ونمو الاقتصاد، إذ أن نجاح أي نظام اقتصادي يتوقف إلى حد كبير على نجاح المنشآت المختلفة في تسويق منتجاتها داخل البلد وخارجه .

د- يقوم بترشيد سلوك المستهلك، وذلك بتوجيه القوة الشرائية لدى الأفراد في الاتجاهات السليمة من خلال تعريفهم بالمنتجات المتوفرة في السوق، كما أنه يخلق توازناً بين الإنتاج والاستهلاك وبذلك يتحقق الاستقرار الاقتصاد .

20. Extra notes:

21. Peer review بئداچووليهو هه هاومل