

## Module (Course Syllabus) Catalogue

### 2020-2021

College/ Institute	Koya Technical Institute	
Department	Business administration	
Module Name	Marketing Management	
Module Code	MAM301	
Degree	Technical Diploma <input checked="" type="checkbox"/>	Bachelor <input type="checkbox"/>
	High Diploma <input type="checkbox"/>	Master <input type="checkbox"/> PhD <input type="checkbox"/>
Semester	Third	
Qualification	PhD	
Scientific Title	Lecture	
ECTS (Credits)	8	
Module type	Prerequisite <input type="checkbox"/>	Core <input checked="" type="checkbox"/> Assist. <input type="checkbox"/>
Weekly hours		
Weekly hours (Theory)	( 2 )hr Class	(200)Total hrs Workload
Weekly hours (Practical)	( 3 )hr Class	(200)Total hrs Workload
Number of Weeks	14	
Lecturer (Theory)	Bestoon Abdulmaged Othman	
E-Mail & Mobile NO.	bestoon.othman@epu.edu.iq 07504214772	
Lecturer (Practical)	Ahmed Muhammed Ahmed	
E-Mail & Mobile NO.	Ahmed.mohammed@epu.edu.iq	
Websites		

## Course Book

<b>Course Description</b>	يتناول هذا المقرر توضيح المفهوم الحقيقي الدارة التسويق من حيث الوظائف والوصول العلمية لادارة . كما يهتم كذلك بتوضيح وظائف المنظمة لمساعدة الطلبة على تكوين فكرة ادارية علمية والدارة التسويق في اي مجال اقتصادي.				
<b>Course objectives</b>	1- تكوين خلفية عن مبادئ التسويق العامة 2- التعرف على المصطلحات الرئيسية والأساسية في المقرر 3- إمكانية التطبيق المادة العلمية في القطاع العام والخاص 4 – تطوير قدرات الطالب في فهم الأساليب الحديثة في إدارة التسويق.				
<b>Student's obligation</b>	يجب على الطالب الالتزام بالدوام 15 اسبوع النهاء كورس المادة ، بما ان هناك 10 درجات على المشاركة اليومية للطلاب في المحاضرات فان غياب الطالب يؤثر سلبا على تقيمه و كذلك يتم تشجيع الطلبة على اعداد تقارير علمية عن مفردات المادة وربط الجانب النظري بالجانب التطبيقي في المنظمات المختلفة وكذلك في حياتنا				
<b>Required Learning Materials</b>	اجلانب النظري للمادة الدراسية حيث ان استعمال الداتا شوو و وايت بورد من مدرس املادة وكذلك حيث ان استعمال جهاز كومبيوتر وانترنت للجانب الالكتروني ، اما اجلانب العملي حيث ان جمموعة من المثلة التطبيقية وكيفية التسويق للسلع وخدمات بصورة عملية والزيارات امليدانية ان امكن				
<b>Evaluation</b>	<b>Task</b>	<b>Weight (Marks)</b>	<b>Due Week</b>	<b>Relevant Learning Outcome</b>	
	Paper Review				
	Assignments	Homework	10%		
		Class Activity	2%		
		Report	8%		
		Seminar	8%		
		Essay			
		Project			
	Quiz	8%			
	Lab.				
	Midterm Exam	24%			
	Final Exam	40%			
	Total	100%			

<b>Specific learning outcome:</b>	أ- معرفية (Specific facts and knowledge of concepts, theories, formula etc.) (Thinking, problem solving) - مهارات علمية (Group participation, leadership, personal responsibility, ethical and moral behaviour, capacity for self-directed learning) ب- مهارات شخصية وتحمل المسؤولية (Group participation, leadership, personal responsibility, ethical and moral behaviour, capacity for self-directed learning) ج- مهارات شخصية وتحمل المسؤولية (Group participation, leadership, personal responsibility, ethical and moral behaviour, capacity for self-directed learning) د- مهارات التحليل والتصال (Group participation, leadership, personal responsibility, ethical and moral behaviour, capacity for self-directed learning)	
<b>Course References:</b>	1- د. أبي سعيد الديوه جي - المفهوم - الحديث إدارة التسويق -2000. 2- د. ثامر البكري - استراتيجيات التسويق - 2008 . 3 - د. ثامر البكري، إدارة التسويق، 2002 . 4- د. محمد الصيرفي، التسويق الاستراتيجي، 2009. 5- د. محمد قاسم القريوتي . مبادئ التسويق، 62001 . 6- د. محمد عبد العظيم أبو النجا، ادارة التسويق، مدخل استراتيجي، 2010-2011	
<b>Course topics (Theory)</b>	<b>Week</b>	<b>Learning Outcome</b>
اهمية ادارة التسويق - ادارة التسويق تعريف التسويق - مقدمة - مفاهيم أولية في مبادئ التسويق	First	
ومناهج إدارة التسويق – مراحل تطور إدارة التسوي	Second	
الخارجية - البيئة التسويقية والداخلية	Third	
نظام المعلومات التسويقي و بحوث التسوي h	Forth	
المزيج التسويق	Fifth	
استراتيجية التسوي	Sixth	
التخطيط الاستراتيجي التسويق	Seventh	
تخطيط العمليات التسويقي	Eighth	
مفهوم سلوك المستهلك والعوامل – سلوك المستهلك وقرارات الشراء .المؤثرة على قرارات خطوات اتخاذ القرار- انواع قرارات الشراء	Ninth	
	Tenth	
-أنواع الأسواق - مفهوم السوق -تجزئة السوق والتنبؤ بالمبيعات التنبؤ بالمبيعاتاختيار الهدف السوقي-أسس تقسيم السوق-تقسيم الس	Eleven	

-تصنيف المنتجات -مزيج المنتج -المقصود بالمنتج - دورة حياة المنتج	Twelfth	
معايير التغليف الفاعل- -المفهوم التعبئة و التغليف -التعبئة و التغليف تبين المنتجات العالم اتبين الصناعي و الوسطاء	Thirteenth	
انواع القنوات -مفهوم القناة التوزيعية/ -التوزيع والقنوات التوزيعية / التوزيع	Fourteenth	
<b>Practical Topics</b>	<b>Week</b>	<b>Learning Outcome</b>
مراحل تطور إدارة التسويق		
اهمية ادارة التسويق		
أسس تقسيم السوق		
تخطيط العمليات التسويقية		
مفهوم سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة على قرارات .		
اختيار الهدف السوقي- التنبؤ بالمبيعات		
دورة حياة المنتج		
- أنشطة القنوات التوزيعية/- العوامل المؤثرة في القناة التوزيعية		
العوامل المؤثرة على قرارات التسعير		
<b>Questions Example Design</b>		
<b>Extra notes:</b>		
<b>External Evaluator</b>		

