

نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر					
تسويق التأمين					
2. رمز المقرر					
3. الفصل / السنة					
2024/2023					
4. تاريخ إعداد هذا الوصف					
2023/9/1					
5. أشكال الحضور المتاحة					
حضوري					
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)					
(30) ساعة / (2) ساعات					
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا اكثر من اسم يذكر)					
الاسم: أ.م.د. مها صباح إبراهيم الأيميل : maha.sb@pgiafs.uobaghdad.edu.iq					
8. اهداف المقرر					
اهداف المادة الدراسية		تزويد الطلبة بالمعلومات والمفردات التي تغطي المادة ، مع التطرق للحالات العملية وتجارب الدول الأخرى .			
9. استراتيجيات التعليم والتعلم					
الاستراتيجية		اعداد خريج قادر على المنافسة والعمل في شركات الاعمال والمؤسسات المالية المختلفة.			
10. بنية المقرر					
الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم

الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW	ما هو التسويق؟ لماذا مهم بالنسبة لكل مستهلك؟ سبب أهميته لنجاح الشركات الفردية والمنظمات غير الربحية ، وتأثير ذلك على جودة الحياة في المجتمعات كافة؟	تطور المفاهيم التسويقية في صناعة التأمين	2 ساعة	1
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		دورة حياة المنتج	2 ساعة	2
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		تجزئة السوق	2 ساعة	3
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		نظم وابحاث التسويق	2 ساعة	4
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		تسويق الخدمات وجودتها	2 ساعة	5
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW	الامتحان الأول		2 ساعة	6
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		تسويق الخدمات التأمينية	2 ساعة	7
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		التسعير	2 ساعة	8
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		التوزيع	2 ساعة	9
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		الترويج	2 ساعة	10
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		الأفراد	2 ساعة	11
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		الدليل المادي	2 ساعة	12
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام DATA SHOW		العملية	2 ساعة	13
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات وإستخدام		التسويق الحديث للخدمات	2 ساعة	14

	DATA SHOW			
الأسئلة المباشرة والامتحانات اليومية	إلقاء المحاضرات واستخدام DATA SHOW	الامتحان الثاني	2 ساعة	15

1. تقييم المقرر

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

15% الامتحان الأول
15% الامتحان الثاني
10% التحضير والمشاركات والامتحانات اليومية
60% الامتحان النهائي

2. مصادر التعلم والتدريس

كوتلر، فيليب، معرب من قبل سرور، علي ابراهيم، سرور . (2009) . " اساسيات التسويق " ، دار المريخ للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر .
المجني ، رانيا . (2020) . "تسويق الخدمات" ، الجامعة الافتراضية السورية .

1- الكتب المقررة المطلوبة

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). "Principles of Marketing", Prentice Hall, NJ, U.S.A.

2- المراجع الرئيسية (المصادر)

يمكن الافادة من الكتب والمجالات والبحوث والرسائل والاطاريح المتوفرة في المكتبات ، وعلى شبكة الانترنت .

أ) الكتب والمراجع التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير ،.....)

المواقع الإلكترونية للجامعات العربية (من اجل تحليل اتجاهها الاستراتيجي و الخطط التي تتبناها)

ب) المراجع الالكترونية ،مواقع الانترنت ،.....

1. Course Name:					
Insurance marketing					
2. Course Code:					
3. Semester / Year:					
2023–2024					
4. Description Preparation Date:					
1/9/2023					
5. Available Attendance Forms:					
Attendance					
6. Number of Credit Hours (Total) / Number of Units (Total)					
(30)hours / (2) hours					
7. Course administrator's name (mention all, if more than one name)					
Name: Assist. Prof. Dr. Maha Sabah Ibrahim Email: maha.sb@pgiafs.uobaghdad.edu.iq					
8. Course Objectives					
Course Objectives			<ul style="list-style-type: none"> Providing students with information and vocabulary covering the subject, while addressing practical cases and experiences of other countries. 		
9. Teaching and Learning Strategies					
Strategy		Preparing a graduate capable of competing and working in various business companies and financial institutions.			
10. Course Structure					
Week	Hours	Required Learning Outcomes	Unit or subject name	Learning method	Evaluation method
1	2 hour	Development of marketing concepts in the insurance industry		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
2	2 hour	Product life cycle		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
3	2 hour	Market segmentation		Giving lectures and	Live questions

				using data show	and daily exams
4	2 hour	Marketing systems and research		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
5	2 hour	Marketing and quality of services		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
6	2 hour	The first exam		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
7	2 hour	Marketing insurance services		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
8	2 hour	Pricing		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
9	2 hour	distribution		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
10	2 hour	Promotion		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
11	2 hour	Individuals		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
12	2 hour	Physical evidence		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
13	2 hour	the operation		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
14	2 hour	Modern marketing of services		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams
15	2 hour	Second exam		Giving lectures and using data show	Live questions and daily exams

11. Course Evaluation

Distributing the score out of 100 according to the tasks assigned to the student such as daily preparation, daily oral, monthly, or written exams, reports etc

%15 for the first exam

%15 for the second exam

%10 daily preparation, participation and exams

%60 final exam

12. Learning and Teaching Resources

Required textbooks (curricular books, if any)	Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). "Principles of Marketing", Prentice Hall, NJ, U.S.A.
Main references (sources)	Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). "Principles of Marketing", Prentice Hall, NJ, U.S.A.
Recommended books and references (scientific journals, reports...)	You can benefit from books, fields, research, dissertations, and dissertations available in libraries and on the Internet.
Electronic References, Websites	