

## MODULE DESCRIPTION FORM

### نموذج وصف المادة الدراسية

Module Information			
معلومات المادة الدراسية			
Module Title	التسويق الرقمي		Module Delivery
Module Type	B		<input checked="" type="checkbox"/> Theory <input type="checkbox"/> Lecture <input type="checkbox"/> Lab <input checked="" type="checkbox"/> Tutorial <input type="checkbox"/> Practical <input type="checkbox"/> Seminar
Module Code	BA2201		
ECTS Credits	6.00		
SWL (hr/sem)	135		
Module Level	UGI	Semester of Delivery	
Administering Department	BA	College	CAE
Module Leader	م.م زهراء عبد العباس عبد	e-mail	<a href="mailto:Zahraaalhesnawy@gmail.com">Zahraaalhesnawy@gmail.com</a>
Module Leader's Acad. Title	مدرس مساعد	Module Leader's Qualification	ماجستير
Module Leader	د.زيد ياسين	e-mail	<a href="mailto:Zaid.y.saoowd@aliraqa.edu.qi">Zaid.y.saoowd@aliraqa.edu.qi</a>
Peer Reviewer Name		Module Leader's Qualification	دكتوراه
Scientific Committee Approval Date	2026/3/6	Version Number	1.0

Relation with other Modules			
العلاقة مع المواد الدراسية الأخرى			
Prerequisite module	None	Semester	
Co-requisites module	None	Semester	

### Module Aims, Learning Outcomes and Indicative Contents

أهداف المادة الدراسية ونتائج التعلم والمحتويات الإرشادية

<p><b>Module Aims</b> أهداف المادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. أن يتمكن الطالب من فهم الاطار النظري للتسويق الرقمي والتعرف على بيئته بالتفصيل</li> <li>2. أن يتمكن الطالب من تطبيق أساليب الترويج وكيفية التعامل مع الزبائن الرقميين</li> <li>3. أن يستطيع الطالب تشخيص المشاكل الخاصة بالأنشطة التسويقية وكيفية معالجتها</li> <li>4. أن يفهم كيفية تطبيق التسويق الرقمي في الحياة العملية</li> <li>5. ان يتعرف على اخلاقيات التسويق الرقمي ويمارسها عملياً</li> </ol>
<p><b>Module Learning Outcomes</b> مخرجات التعلم للمادة الدراسية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. فهم ماهو التسويق الرقمي</li> <li>2. التعرف على بيئة التسويق الرقمي</li> <li>3. تحليل سلوك المستهلك الرقمي</li> <li>4. التمكن من ادارة علاقات الزبون الرقمية E-CRM</li> <li>5. ادارة القنوات الرقمية ومواقع الانترنت عملياً</li> <li>6. تطبيق التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي و الفيديو يوتيوب والبريد الالكتروني</li> <li>7. ممارسة اخلاقيات التسويق الرقمي</li> </ol>
<p><b>Indicative Contents</b> المحتويات الإرشادية</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. التسويق الرقمي</li> <li>2. بيئة التسويق الرقمي</li> <li>3. سلوك المستهلك الرقمي</li> <li>4. ادارة علاقات الزبون الرقمية E-CRM</li> <li>5. القنوات الرقمية ومواقع الانترنت</li> <li>6. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي و الفيديو يوتيوب والبريد الالكتروني</li> <li>7. مزيج التسويق الرقمي p s7</li> <li>8. اخلاقيات التسويق الرقمي</li> </ol>

### Learning and Teaching Strategies

استراتيجيات التعلم والتعليم

<p><b>Strategies</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. تمكين الطالب من اختيار النظام التسويقي الرقمي المناسب</li> <li>2. تمكين الطالب من توظيف المهارات المكتسبة في تسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات</li> <li>3. تمكين الطالب من توظيف المهارات المكتسبة في الدخول في مجال المنافسة</li> <li>4. تمكين الطالب من توظيف الاجراءات المكتسبة في مجال التخطيط واتخاذ القرارات في مجال التسويق الرقمي</li> </ol>
--------------------------	---

### Student Workload (SWL)

الحمل الدراسي للطالب موزع على (15) اسبوع

<p><b>Structured SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب خلال الفصل</p>	<p>63</p>	<p><b>Structured SWL (h/w)</b> الحمل الدراسي المنتظم للطالب أسبوعياً</p>	<p>3</p>
<p><b>Unstructured SWL (h/sem)</b></p>	<p>87</p>	<p><b>Unstructured SWL (h/w)</b></p>	<p>4.14</p>

الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب خلال الفصل		الحمل الدراسي غير المنتظم للطالب أسبوعياً	
<b>Total SWL (h/sem)</b> الحمل الدراسي الكلي للطالب خلال الفصل	150		

Module Evaluation					
تقييم المادة الدراسية					
		Time/Number	Weight (Marks)	Week Due	Relevant Learning Outcome
Formative assessment	Quizzes	2	10% (5)	5, 10	LO #1-4 , LO #5-9
	Assignments	2	20% (10)	4, 11	LO # 1-3 , LO # 4- 10
	Projects / Lab.	N/A			
	Report	1	10% (10)	15	LO # 1-14
Summative assessment	Midterm Exam	2 hr	10% (10)	8	LO # 1-7
	Final Exam	3hr	50% (50)	16	All
Total assessment			100% (100 Marks)		

Delivery Plan (Weekly Syllabus)	
المنهاج الاسبوعي النظري	
	Material Covered
Week 1	<p>التسويق الرقمي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>المفهوم</li> <li>الاهداف</li> <li>الخصائص</li> <li>العناصر</li> <li>الفرق عن التسويق التقليدي</li> </ul>
Week 2	<p>بيئة التسويق الرقمي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>المفهوم</li> <li>المكونات</li> <li>البيئة الجزئية</li> <li>البيئة الكلية</li> <li>القوى التكنولوجية</li> </ul>
Week 3	<p>سلوك المستهلك الرقمي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>المفهوم</li> <li>العوامل المؤثرة</li> <li>الخصائص</li> <li>التحديات</li> <li>الادوات</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• المراحل</li> </ul>
Week 4	<p>ادارة علاقات الزبون الرقمية E-CRM:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• المفهوم</li> <li>• الفوائد</li> <li>• الانواع</li> <li>• المنصات</li> <li>• النماذج</li> </ul>
Week 5	<p>القنوات الرقمية ومواقع الانترنت :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم الموقع الالكتروني المزايا</li> <li>• خطوات التصميم</li> <li>• تسويق محركات البحث</li> <li>• اهمية موقع الويب</li> <li>• الاستراتيجيات</li> <li>• المنصات</li> <li>• المقاييس</li> <li>• حالة دراسية عن الشركة العامة للصناعات الكهربائية الوزيرية</li> </ul>
Week 6	<p>التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• المفهوم</li> <li>• الخصائص</li> <li>• التحديات</li> <li>• الاشكال</li> </ul>
Week 7	<p>التسويق عبر الفيديو يوتيوب :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• المفهوم</li> <li>• الاستراتيجيات</li> <li>• كيفية انشاء الحساب على اجهزة الهاتف والكمبيوتر</li> </ul>
Week 8	<p>امتحان منتصف الفصل</p>
Week 9	<p>التسويق عبر البريد الالكتروني:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• التعريف</li> <li>• الاهمية</li> <li>• الانواع</li> <li>• طريقة انشاء بريد الكتروني جديد</li> </ul>
Week 10	<p>مزيج التسويق الرقمي p s7:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• المنتج الرقمي</li> <li>• تسعير المنتجات المباعه عبر الانترنت</li> <li>• التوزيع الالكتروني</li> <li>• الترويج عبر الانترنت</li> <li>• التخصيص</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• المجتمعات الافتراضية</li> <li>• الادلة المادية</li> </ul>
Week 11	<p>استراتيجية التسويق الرقمي :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم خطة التسويق الرقمي</li> <li>• الاهمية</li> <li>• العناصر</li> <li>• الاهداف</li> <li>• عوامل تحديد استراتيجية التسويق عبر الانترنت</li> <li>• انواع الاستراتيجيات الرقمية</li> </ul>
Week 12	<p>قضايا معاصرة في التسويق الرقمي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• الذكاء الاصطناعي</li> <li>• الأمن السيبراني</li> <li>• الهوية الرقمية</li> <li>• الفضاء الرقمي</li> <li>• العلامة الرقمية</li> <li>• ادارة السمعة</li> <li>• الاستراتيجيات الاتصالية لبناء السمعة</li> <li>• العملات الرقمية</li> <li>• التحديات في السوق العراقي</li> </ul>
Week 13	<p>اخلاقيات التسويق الرقمي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• المفهوم</li> <li>• الخصوصية وحماية البيانات</li> <li>• المسؤولية الاجتماعية</li> <li>• اتجاهات المستقبل في التسويق الرقمي</li> </ul>
Week 14	حالات دراسية واقعية في التسويق الرقمي
Week 15	مراجعة عامة وامتحان نهاية الفصل

### Delivery Plan (Weekly Tutorial)

المنهاج الاسبوعي الاضافي

Material Covered

في كل اسبوع يتم اختبار الطلاب بالمحاضرة السابقة على شكل امتحان سريع (Quiz)

### Learning and Teaching Resources

مصادر التعلم والتدريس

Text

Available in the

		Library?
Required Texts	الوادي واخرون، مقدمة في التسويق الرقمي: منظور استراتيجي عمان دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2025.	كلا
Recommended Texts	2 الحريري والطائي اساسيات التسويق الرقمي عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، 2022.	كلا
Recommended Texts	العامري والحياي، إدارة التسويق الرقمي بغداد دار المنهج للطباعة والنشر والتوزيع، 2026.	كلا
Websites		

Grading Scheme مخطط الدرجات				
Group	Grade	التقدير	Marks (%)	Definition
Success Group (50 - 100)	A - Excellent	امتياز	90 - 100	Outstanding Performance
	B - Very Good	جيد جدا	80 - 89	Above average with some errors
	C - Good	جيد	70 - 79	Sound work with notable errors
	D - Satisfactory	متوسط	60 - 69	Fair but with major shortcomings
	E - Sufficient	مقبول	50 - 59	Work meets minimum criteria
Fail Group (0 - 49)	FX – Fail	راسب (قيد المعالجة)	(45-49)	More work required but credit awarded
	F – Fail	راسب	(0-44)	Considerable amount of work required

**Note:** Marks Decimal places above or below 0.5 will be rounded to the higher or lower full mark (for example a mark of 54.5 will be rounded to 55, whereas a mark of 54.4 will be rounded to 54. The University has a policy NOT to condone "near-pass fails" so the only adjustment to marks awarded by the original marker(s) will be the automatic rounding outlined above.