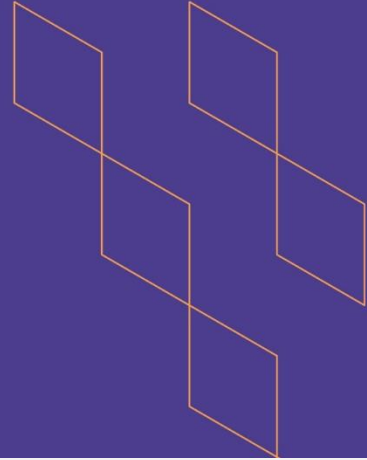




T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة المبيعات
رمز المقرر: 251 تسق -3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق و التجارة الالكترونية
الكلية: العلوم الادارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18 -2 - 1445 هـ





## المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:		3 ساعات معتمدة	
2. نوع المقرر			
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	✓
		متطلب تخصص	
		متطلب مسار	
ب.	إجباري	اختياري	✓
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		الثالث	
4. الوصف العام للمقرر:			
يتحدث هذا المقرر عن إدارة المبيعات فيعطي خلفية عن إدارة التسويق والمبيعات، الإدارة الذاتية لرجل البيع المعاصر، مهارات رجل البيع، البيع الشخصي، استراتيجية البيع الفعال، استراتيجية تطوير العملاء، استراتيجية ادارة وتحديد المناطق البيعية، استراتيجية ابرام البيع، الرسالة البيعية، طرق العرض البيعي، تأمين عملية التغذية العكسية، الرد على اعتراضات العملاء والجمهور والاتصالات معهم، أساليب وطرق التنبؤ بالمبيعات.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر:			
يهدف هذا المقرر الى ان يلم الطالب بإدارة التسويق والمبيعات، الإدارة الذاتية لرجل البيع المعاصر، مهارات رجل البيع، البيع الشخصي، استراتيجية البيع الفعال، استراتيجية تطوير العملاء، استراتيجية ادارة وتحديد المناطق البيعية، استراتيجية ابرام البيع، الرسالة البيعية، طرق العرض البيعي، تأمين عملية التغذية العكسية، الرد على اعتراضات العملاء والجمهور والاتصالات معهم، أساليب وطرق التنبؤ بالمبيعات.			

## 1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45	100 %
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

## 2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100 %
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	36	100 %



ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

طرق التقييم	استراتيجيات التدريس	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	نواتج التعلم	الرمز
المعرفة والفهم				1.0
الاختبار الفصلي الاختبار النهائي	1-المحاضرة 2-العصف الذهني 3-الواجبات	ع1-س1	يعرف: المهارات الأساسية المرتبطة بالمقرر.	1.1
		ع2-س2	يوضح: المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمقرر والمصطلحات المرتبطة به.	1.2
		ع3-س1	يذكر: النظريات والمفاهيم الأساسية في مجال المقرر بما يعزز المركز التنافسي للشركة	1.3
		ع4-س2	يشرح: عناصر تنشيط المبيعات وما يرتبط بها من أنشطة	1.4
المهارات				2.0
الاختبار الفصلي الاختبار النهائي	1-المحاضرة 2-العصف الذهني 3-الواجبات	م1-ر1	يطبق : المهارات البيعية المرتبطة بالمقرر	2.1
الاختبار الفصلي الاختبار النهائي	1-المحاضرة 2-العصف الذهني 3-الواجبات	م2-ر2	يحلل : الاستراتيجيات البيعية التي تطبقها المنشأة. السيطرة النوعية، إدارة الجودة الشاملة	2.2
الاختبار الفصلي الاختبار النهائي	1-المحاضرة 2-العصف الذهني 3-الواجبات	م3-ر2	يقترح : البيع الشخصي- والاتصال الشخصي , أنواع المتاجر.	2.3
القيم والاستقلالية والمسؤولية				3.0
استمارة الملاحظة	البحوث و الواجبات	ق1-ت1	يتواصل مع الاخرين بفاعلية كتابياً وشفهياً في مجال إدارة المبيعات.	3.1
استمارة الملاحظة	البحوث و الواجبات	ق2-ت2	يعمل بفاعلية ضمن فريق ومجموعات العمل.	3.2

ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
3	إدارة التسويق والمبيعات / المفهوم والابعاد	1
3	الإدارة الذاتية لرجل البيع المعاصر / العالمي	2
6	مهارات رجل البيع	3
3	البيع الشخصي	4
3	استراتيجية البيع الفعال	5



3	استراتيجية تطوير العملاء	6
3	استراتيجية ادارة وتحديد المناطق البيعية	7
3	استراتيجية ابرام البيع	8
3	الرسالة البيعية	9
6	طرق العرض البيعي	10
3	تأمين عملية التغذية العكسية + الرد على اعتراضات العملاء والجمهور	11
3	الاتصال مع العملاء والجمهور	12
3	أساليب وطرق التنبؤ بالمبيعات	13
45	المجموع	

### د. أنشطة تقييم الطلبة

النسبة من إجمالي درجة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	أنشطة التقييم	م
15%	الأسبوع السادس	الاختبار الفصلي الأول	1
15%	الأسبوع الثاني عشر	الإختبار الفصلي الثاني	2
20%	طول الفصل الدراسي	الواجبات	3
50%	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	الاختبار النهائي	4
			...

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره)

### هـ. مصادر التعلم والمرافق:

#### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة المبيعات منظور تطبيقي وظيفي , علي فلاح الزعبي , طبعة 2009 , دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع , عمان , الأردن.	المرجع الرئيس للمقرر
إدارة المبيعات , محمود جاسم الصميدعي & ردينة عثمان يوسف , طبعة 2015 , دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع , عمان , الأردن.	المراجع المساندة
1- رابط المكتبة الرقمية السعودية <a href="https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx">https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx</a>	المصادر الإلكترونية
2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية <a href="https://www.kfnl.gov.sa">https://www.kfnl.gov.sa</a>	أخرى
لا توجد	

#### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة مجهزة ب 25 مقعد وسبورة	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)



العناصر	متطلبات المقرر
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض data show
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا توجد

### و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	مباشر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	أعضاء هيئة التدريس	مباشر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس	مباشر
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	أعضاء هيئة التدريس	مباشر

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)).  
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

### ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم التسويق والتجارة الإلكترونية
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	