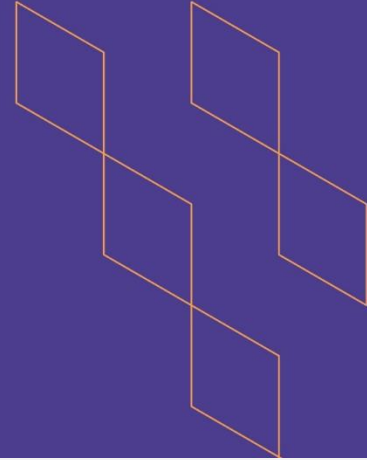




T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: تسويق الخدمات
رمز المقرر: 255 تسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: العلوم الإدارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 18-2-1445هـ



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			الرابع			
4. الوصف العام للمقرر يصف هذا المقرر مفهوم الخدمات وأنواعه وخصائصه والفرق بينه وبين السلع الاستهلاكية , وعناصر المزيج التسويقي للخدمة واستراتيجيات تسويق الخدمات وسلوك المشتري للخدمات , مع استعراض بعض الأمثلة والحالات العملية في هذا المجال.						
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 بماهية تسويق الخدمات، المزيج التسويقي الخدمي ومكانة التسويق في مؤسسات الخدمات، البيئة التسويقية للخدمات، سلوك المشتري للخدمات، استراتيجيات تسويق الخدمات، الخدمة الجوهرية والخدمات التكميلية، تطوير الخدمات الجديدة، سياسات التسعير للخدمات، قرارات وسياسات المزيج الترويجي والتوزيع للخدمات، الجمهور والخدمات، التسويق الدولي والخدمات.						

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45 ساعة	%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	45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
المعرفة والفهم				
1.0				
1.1	يتعرف: على المهارات التسويقية المرتبطة بالمقرر.	1ع	- المحاضرات النظرية - العصف الذهني - الواجبات المنزلية الفردية	- الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات المنزلية
1.2	يوضح: المفاهيم الأساسية المتعلقة بتسويق الخدمات والمصطلحات المرتبطة بها.	2ع		
1.3	يشرح : المزيج التسويقي للخدمات , مكانة التسويق في قطاع الخدمات , إجراءات التخطيط التسويقي الخ.	3ع		
1.4	يذكر : خصائص الخدمات , أهم الفروقات بين بحوث تسويق الخدمات وبحوث تسويق السلع , دوافع الشراء والحاجات للخدمات , الفرق بين السلوك الشرائي للخدمات والسلوك الشرائي للسلع..... الخ.	4ع		
المهارات				
2.0				
2.1	يطبق : خطوات بحوث تسويق الخدمات , استراتيجية تسويق الخدمات , السلوك الشرائي للخدمات .. الخ.	1م	- المحاضرات النظرية - العصف الذهني - الواجبات المنزلية الفردية	- الاختبارات التحريرية (الفصلية والنهائية) - تقويم الواجبات المنزلية
2.2	يحلل : استراتيجية تسويق الخدمات , أنظمة المعلومات في مؤسسات الخدمات , الأركان الأساسية لمفهوم التسويق , مكونات البيئة التسويقية للخدمات.	2م		
2.3	يقترح : الحلول للمشاكل المرتبطة بخصائص الخدمات , طرق تصنيف الخدمات الخ.	3م		
القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.0				
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	1ق	- التعلم الذاتي - التكاليفات - العمل من خلال فريق	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل المشكلات التسويقية وقادراً على المبادرة والابتكار.	2ق		
3.3	يظهر الطالب القيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	3ق		

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الوحدة الأولى : ماهية تسويق الخدمات	2
2	الوحدة الثانية : المزيج التسويقي الخدمي ومكانة التسويق في مؤسسات الخدمات	3
3	الوحدة الثالثة : البيئة التسويقية للخدمات	3
4	الوحدة الرابعة : سلوك المشتري للخدمات	6
5	الوحدة الخامسة : استراتيجية تسويق الخدمات	6
6	الوحدة السادسة : الخدمة الجوهرية والخدمات التكميلية	6
7	الوحدة السابعة : تطوير الخدمات الجديدة	6
8	الوحدة الثامنة : سياسات التسعير للخدمات	3
9	الوحدة التاسعة: قرارات وسياسات المزيج الترويجي	2
10	الوحدة الحادية عشرة : قرارات وسياسات التوزيع	3
11	الوحدة الثانية عشرة : الجمهور والخدمات	3
12	الوحدة الثالثة عشرة : التسويق الدولي والخدمات	2
	المجموع	45

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

تسويق الخدمات , د / هاني حامد الضمور , دار وائل للنشر والتوزيع , 2016 , عمان , الأردن.	المرجع الرئيس للمقرر
1- Lovelock. C & Wirtz. J(2004), Service Marketing, 4 edition, Person UK. 2- Palmer. A (2001) Principle of Service Marketing, 3edition, McGraw-Hill, New York.	المراجع المساندة
- رابط المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfnl.gov.sa	
لا توجد	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالب	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
طابعة وسبورة مع اقلام وماسحة سبورة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر	عضو هيئة التدريس	نتائج الطلاب
غير مباشر	الطلاب	تقييم الطلاب للمقرر الدراسي والاداء التدريسي
غير مباشر	أرباب العمل	رضا ارباب العمل عن مخرجات تعلم البرنامج
مباشر	عضو هيئة تدريس نظير	تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير
		أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة