



# توصيف المقرر الدراسي

## (بكالوريوس)

اسم المقرر: تسويق الخدمات
رمز المقرر: 207 تسق-3
البرنامج: التسويق و التجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق و التجارة الإلكترونية
الكلية: إدارة الأعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 1445-8-23هـ



### جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3.....
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 4.....
- ج. موضوعات المقرر: 5.....
- د. أنشطة تقييم الطلبة: 6.....
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6.....
- و. تقويم جودة المقرر: 7.....
- ز. اعتماد التوصيف: 7.....



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

### 1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: ( 3 ساعات )

### 2. نوع المقرر

<input type="checkbox"/> أخرى	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	أ -
		<input type="checkbox"/> اختياري		<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	ب -

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (المستوى الثاني)

### 4. الوصف العام للمقرر

يصف هذا المقرر الخدمات وأنواعه وخصائصه والفرق بينه وبين السلع الاستهلاكية , وعناصر المزيج التسويقي الخدمي واستراتيجية تسويق الخدمات والسلوك الشرائي للخدمات , مع استعراض بعض الأمثلة 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 و إعطاءه فكرة كاملة عنها.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	التعليم التقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
	• التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد	45	%100

### 3. 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
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف: على المفاهيم الأساسية المتعلقة بتسويق الخدمات والمصطلحات المرتبطة بها.	ع1	المحاضرات - العصف الذهني والمناقشة والحوار -التعلم الذاتي - عروض تقديمية	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يحدد : المزيج التسويقي للخدمات , مكانة التسويق في قطاع الخدمات , إجراءات التخطيط التسويقي, خصائص الخدمات , أهم الفروقات بين بحوث تسويق الخدمات وبحوث تسويق السلع , دوافع الشراء والحاجات للخدمات , الفرق بين السلوك الشرائي للخدمات والسلوك الشرائي للسلع.....الخ.	ع2	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني - الحوار والمناقشة - عروض تقديمية - اسلوب حل المشكلات	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق : خطوات بحوث تسويق الخدمات , استراتيجية تسويق الخدمات , السلوك الشرائي للخدمات ..الخ.	م1	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.2	يحلل : استراتيجيات تسويق الخدمات , أنظمة المعلومات في مؤسسات الخدمات , الأركان الأساسية لمفهوم التسويق , مكونات البيئة التسويقية للخدمات , المشاكل المرتبطة بخصائص الخدمات وطرق حلها , طرق تصنيف الخدمات ....الخ.	3م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
3.0	<b>القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قياديا أو عضوا فيه.	1ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يظهر الطالب القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كان ذلك بشكل فردي او ضمن فريق.	2ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.3	يلتزم الطالب بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	3ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

### ج. موضوعات المقرر

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

## د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي	الأسبوع الثامن	30%
2	واجبات	على مدار الفصل الدراسي	20%
3	اختبار تحريري نهائي	يحدد من إدارة 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، ط 2015، 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. 3- تسويق الخدمات، د محمود جاسم الصميدعي و د ردينة عثمان يوسف، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 2014، 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> 2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية : <a href="https://www.kfnl.gov.sa">https://www.kfnl.gov.sa</a>	المصادر الإلكترونية
لا توجد	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

## و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	مباشر: الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانات الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة.
فاعلية طرق تقييم الطلاب	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط والمناهج	مباشر: الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل اتساق أسئلة الاختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الاختبارية).
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	غير مباشر: عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل.
أخرى	عضو هيئة تدريس نظير	مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير

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