



## جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

### خطة تدريس المادة

### Course Syllabus

المادة: إدارة المبيعات	رمز المادة: 0330363
مستوى المادة:ثالثة	المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: مبادئ التسويق /0350160
موعد المحاضرة:	الساعات المعتمدة:3

<u>عضو هيئة التدريس</u>				
الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

#### وصف المادة:

هذا المساق يعرف الطلاب على مبادئ الادارة وتطبيقاتها في عمليات البيع وايضا يتناول طرق تقسيم المناطق البيعية وايضا يتناول البيع الشخصي كجزء رئيس من ادارة المبيعات ويناقش طرق اختيار وتدريب القوة البيعية كركن مهم من اركان ادارة المبيعاتودورها الاساسي في اكساب المنظمة الميزة التنافسية.

#### أهداف المادة:

- يهدف هذا المساق الى :
- توضيح الدور الهام والحقيقي للنشاط البيعي ومدى مساهمته في تحقيق اهداف المؤسسات وبقائها واستمراريتها والتفريق بين النشاط البيعي والنشاط التسويقي.
  - ادراك شامل لأساسيات ادارة التسويق و الدور الرئيسي الذي تلعبه الادارة في المؤسسة من جهة, والمجتمع المحلي والدولي من جهة أخرى.
  - القدرة على تصميم مزيج تسويقي مؤلف قائم على معرفة شاملة لسلوك المستهلك و البيئة التسويقية.

#### مكونات المادة:

1. الكتب المقررة: (عنوان الكتاب، المؤلف، الجهة الناشرة، سنة النشر)-

د. محمد عبيدات، أ.د. هاني الضمور، د. شفيق حداد "ادارة المبيعات والبيع الشخصي" ، دار وائل للنشر، عمان، 2008

2. المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) -

3. القراءات الإضافية (الكتب ، الدوريات ...

4. دليل دراسة المادة (إن وجد) ---

5. دليل الواجبات/ الوظائف، التجارب العلمية

**أساليب تدريس المادة: محاضرات، مناقشات، حل مسائل، مناظرات ... الخ**

### **نتائج التعلم Learning outcomes**

#### **1. المعرفة والفهم Knowledge and understanding**

معرفة الطالب بالاساليب التكنولوجية في عملية التسويق عن طريق الانترنت وامكانية تطبيق المباديء الاساسية في التسويق الالكتروني وايضا مواكبة التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات والانترنت واستخدامها تسويقيا من خلال البيع والشراء والاتصالات وعمليات الدفع الالكتروني وايضا تتطرق الى التعلم الالكتروني والبنك الالكتروني وعمليات التداول عبر الانترنت .

#### **2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار Cognitive skills**

تتم تنمية مهارات الادراك ومحاكاة الافكار من خلال:

- الحالات الدراسية
- التمارين الصفية التطبيقية
- الرحلات الميدانية
- حلقات النقاش والبحث

#### **3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص Communication skills)**

يتم التواصل والاتصال من خلال

- المحاضرات المباشرة
- الساعات المكتنية للمدرس
- البريد الالكتروني
- الموقع الخاص لعضو الهيئة التدريسية

#### **4. مهارات عملية خاصة بالتخصص والمهنة ذات العلاقة**

#### **Practical and/ or professional skills (Transferable Skills)**

- تتم هذه العملية من خلال استضافة خبير خارجي متخصص في هذا المجال وايضا تنظيم زيارات الى مواقع العمل ذات التخصص لتنمية مهارات التخصص .
- المشاركة والتنظيم في ورشات عمل ذات علاقة اما ان تكون داخلية او خارجية
- مساق التدريب الميداني وما يقدمه من فرصة ممارسة التدريب وتقوية المهارات العملية

#### **أدوات التقييم:**

- تقارير، أبحاث قصيرة، مشاريع
- امتحانات قصيرة
- واجبات

- تقديم شفوي للأبحاث والتقارير
- امتحانات فصلية ونهائية

### الأمانة العلمية والتوثيق

• أسلوب التوثيق (مع أمثلة توضيحية) المحاضر والكتب الرسمية، التصوير، كتابة التقارير في حالة اقتباس اي معلومه عند اعداد تقارير او عرض أو بحث, يجب اتباع اسلوب التوثيقي التالي APA Style :

المقالات في المجالات العلميه: المؤلف. (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله, مجلد (عدد), رقم الصفحه من-الى.

مثال:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. *Psychology and Marketing*, 20 (2), 99-121.

الكتب: المؤلف. (سنة النشر). عنوان الكتاب (الطبعه). المدينه: دار النشر

مثال:

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

المواقع الالكترونيه: الموقع الالكتروني (السنة). العنوان. متاح في الموقع الالكتروني..... حصل عليه في تاريخ .../.../....

مثال:

Alexa (2012). Top sites-shopping. Available in [www.alexacom.com](http://www.alexacom.com).

Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لاصحابها بباطرق الرسمية والقانونية
- الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكاتب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على الأمانه العلميه. ويتم ذلك بنسب اي معلومه, نموذج, جدول الخ.. الى صاحبها سواء في النص أو في المراجع , بالطرق المذكوره اعلاه . ويجب الابتعاد عن تصوير الكتب أو أجزاء منها من غير الرجوع الى المؤلف.

<u>توزيع العلامات على أدوات التقييم</u>	
<u>الدرجة</u>	<u>أدوات التقييم</u>
20	الامتحان الأول
20	الامتحان الثاني
40	الامتحان النهائي
20	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
100	المجموع

- عملي 30%
  - بحث 20%
  - محاضرة 50%
  - طريقة التعليم:
- كتاب مفتوح
  - شفهي
  - كتابي
  - أسلوب الإمتحان:

### توزيع المادة على الفصل الدراسي

الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها	المادة الأساسية والمساندة المطلوب تغطيتها	الأسبوع
امتحان تقييم اولي زيارة المكتبة للتعرف على المراجع المتعلقة بالمادة	مقدمة في ادارة المبيعات ما أهمية ادارة المبيعات التعرف بوظائف التسويق التعرف بمسؤوليات ومهام مدير المبيعات	الأول
تكوين شركة وهمية لمجموعات الطلبة	تدريب على كيفية تحديد حجم القوة البيعية تنظيم ادارة المبيعات المفاهيم الأساسية في نظرية التنظيم ومواصفات التنظيم الجديدة لادارة المبيعات	الثاني
التطبيق العملي على شركة وهمية حسب متطلبات المادة	الخطوات المتبعة لتنظيم ادارة المبيعات الانواع المختلفة لتنظيم ادارة المبيعات تنظيم الاعمال التنفيذية للبيع لداخل اطار الهيكل التنظيمي	الثالث
تقارير	مدير البيع والتسويق مديرو المبيعات كاداري مديرو البيع ومسؤولياتهم دور مديري المبيعات في التخطيط الاستراتيجي	الرابع
حلقة بحث	مفهوم البيع الشخصي وظائف ومهام سندوي البيع	الخامس
الامتحان الأول حل الاسئلة وماقشتها توزيع العلامات	خصائص مندوب البيع الناجح مراحل العملية البيعية مواجهة اعتراضات الزبائن	السادس
رحلة علمية ميدانية	اختتام العملية البيعية مواجهة اعتراضات الزبائن انواع الاعتراضات اختتام العملية البيعية طرق انتهاء العملية البيعية المتابعة وخدمة العملاء بعد البيع	السابع
تقرير عن الرحلة	تحليل وظائف البيع تحليل مؤهلات مندوبي البيع	الثامن
	أنواع وواجبات مندوب البيع تحديد احتياجات المؤسسة من مندوبي البيع تحديد مصادر الحصول على مندوبي البيع	التاسع

واجب من المكتبة	إجراءات اختيار العاملين في مجال البيع أهمية تدريب مندوبي البيع تحديد الاحتياجات التدريبية تحديد البرامج التدريبية	
امثلة عملية على البرامج البنتريبية	محتويات البرامج التدريبية ادارة البرامج التدريبية وتخطيطها طرق التدريب تقييم عملية التدريب	العاشر
الامتحان الثاني حل الاسئلة توزيع العلامات	تعويض مندوبي البيع ومكافأتهم أهداف التعويض والمكافاة	الحادي عشر
حوار مفتوح	خطوات تصميم مكافآت مندوبي البيع طرق التعويض والمكافاة العوامل المؤثرة في اختيار نظام المكافآت	الثاني عشر
تطبيقات عملية وتمارين	المبيعات المتوقعة وتنبؤاتها عناصر التخطيط الاساسية للمبيعات التنبؤ بالمبيعات العوامل المؤثرة على حجم المبيعات خصائص الطرق السلبية للتنبؤ	الثالث عشر
تطبيقات عملية وتمارين	أساليب التنبؤ أهمية الميزانية التقديرية للمبيعات النواحي التي يجب أن توضحها الميزانية	الرابع عشر
مراجعة	مراحل إعداد الميزانية مدة الميزانية التقديرية للمبيعات	الخامس عشر امتحان تجريبي (اختياري)
	تقارير متابعة الميزانيات التقديرية مسؤولية إعداد ميزانية المبيعات التقديرية ومبادئها	السادس عشر الامتحان النهائي

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس  
سياسة الحضور والغياب:

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.  
المراجع العلمية للمادة

• الكتب

1. د. محمد عبيدات، أ.د. هاني الضمور، د. شفيق حداد "ادارة المبيعات والبيع الشخصي"، دار وائل للنشر، عمان، 2008
2. الاصول العلمية في ادارة المبيعات، د. ناجي معلا، مطابع الفانار، عمان 2000
3. البيع الشخصي، د. محمد الصرفي، دار وائل للنشر 2001

4. المبيعات العملاقه ( اسرار احد اكبر رجال المبيعات ) ، ديفيد كاوبر ، تعريب : رفيق محمود السيد الطبعة العربية : مكتبة العبيكان 2002 .
5. محمد عبيدات ، هاني الضمور ، شفيق حداد " إدارة المبيعات والبيع الشخصي " دار وائل للنشر عمان 2001
6. ناجي معلا، "الأصول العلمية في ادارة المبيعات" ، مطابع الفنار، عمان، 2000
7. Douglas D.J. "Sales Management: Concepts & Cases" John Wiley & Sons, New York, 2002
8. Johnson E M, Nurts J.L. & Schelling EE. "Sales Management : Concepts & Cases" Mc Graw Hill, N. York 2002

• الدوريات العلمية

Journal of Marketing

• المواقع الإلكترونية Websites

[www.wileyurope.com](http://www.wileyurope.com)