



جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

خطة تدريس المادة

Course Syllabus

رمز المادة: 0350321	المادة: ادارة سلسلة التوريد
المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: 0350110	مستوى المادة: الرابعة
الساعات المعتمدة:	موعد المحاضرة

عضو هيئة التدريس

الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

وصف المادة:

تعريف الطالب بأهمية ادارة سلسلة التوريد وتحليل قنوات التوزيع والوسطاء التسويقيين من تجار الجملة وتجار التجزئة والوكلاء وطرق واستراتيجيات التوزيع والقنوات التي يمر بها المنتج وكيفية اختيارها لحين وصوله الى المستهلك النهائي إضافة إلى ذلك التعرف على عناصر التوزيع المادي وتقييم القناة التوزيعية.

أهداف المادة:

- يهدف هذا المساق الى :
- 1- التعرف على ماهية التوزيع
 - 2- معرفة القنوات التوزيعية
 - 3- معرفة الوسطاء ودورهم في قنوات التوزيع
 - 4- التعرف على انواع الوسطاء ودورهم في التسويق
 - 5- ادراك شامل لأساسيات ادارة التسويق و الدور الرئيسي الذي تلعبه الادارة في المؤسسة من جهة, والمجتمع المحلي والدولي من جهة أخرى

مكونات المادة:

1. الكتاب المقرر أ.د. هاني الضمور ،"طرق التوزيع" ، دار وائل للنشر، عمان، 2008

2. المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) برامج وثائقية ، برامج مساعدة، محاضرات وندوات اضافية ورشات عمل خارجية وداخلية ،
3. القراءات الإضافية : المراجع العلمية في المكتبة، المواقع الالكترونية، الارشاد العلمي من قبل الاستاذ المتخصص
4. دليل دراسة المادة : حسب الخطة العلمية الموزعة على الطلبة والتي تحتوي على كافة المعلومات بالإضافة الى ارشاد مدرس المادة
5. دليل الواجبات/ الوظائف، التجارب العلمية : مرفق في الخطة الدراسية وفق برنامج زمني موضح ومحدد لهذه الغاية وبشكل اسبوعي

طرق التدريس:

محاضرات، مجموعات نقاش، مجموعات تدريس، حل مسائل، مناظرات، تمارين، حلقات بحث، ورشات عمل، أنشطة ميدانية

نتائج التعلم Learning outcomes

1. المعرفة والفهم Knowledge and understanding

يسعى هذا المساق الى تحقيق المعرفة لدى الطالب في المحاور الاساسية لاستراتيجية التوزيع من معرفة وفهم قنوات التوزيع واهميتها ومدى تداخلها مع الأنشطة التسويقية الاخرى وكيف تأثر وتناثر بها الأنشطة الاقتصادية وعملية ادارتها وفق منهج استراتيجي يلبي حاجات المنظمة والعمل

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 المجلات العلمية: المؤلف. (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله, مجلد (عدد), رقم الصفحة 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.
Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لاصحابها
بيالطرق الرسمية والقانونية

- الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكاتب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على الأمانة العلمية. 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.

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

توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساندة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	ماهية القنوات التسويقية : مقدمة طبيعة القناة التسويقية أهداف القناة التسويقية الوظائف أو التدفقات داخل القناة التسويقية	الذهاب إلى المكتبة للتعرف على المراجع العلمية للمادة امتحان قبلي
الثاني	أهمية القناة التسويقية تصميم القناة التسويقية العوامل المؤثرة في اختيار القناة التسويقية	حالة دراسية
الثالث	تحليل بيئة القناة التسويقية: علاقة البيئة بالقناة التسويقية البيئة الديموغرافية موارد المستهلكين البيئة الحضارية و التكنولوجيا و التنافسية و القانونية و السياسية و الاقتصادية	اختبار
الرابع	تخطيط القنوات التسويقية : تطوير استراتيجية القناة التسويقية طرق تقييم قنوات التوزيع البديلة اختيار أعضاء قناة محددين و قيود	تقديم تقرير حول بيئة القناة التسويقية

	اساسية على استراتيجيات القناة التسويقية	
تقديم تلخيص حول أنواع السماسرة و الوكلاء	المؤسسات الوظيفية السماسرة والوكلاء: أنواع المؤسسات الوظيفية انواع السماسرة والوكلاء ادارة السماسرة والوكلاء	الخامس
الامتحان الاول حل الاسئلة وتوزيع العلامات	المؤسسات الوظيفية السماسرة والوكلاء: تحفيز السماسرة والوكلاء تقييم اعمال السماسرة والوكلاء حالة دراسية للتوضيح	السادس الامتحان الأول
حلقة حوار	منشآت تجارة الجملة: مفهوم وطبيعة تجارة الجملة أوجه اختلاف بين تجار الجملة و تجار التجزئة خدمات ووظائف منشآت تجارة الجملة اهمية تجارة الجملة انواع متاجر الجملة	السابع
رحلة علمية الى منظمة متخصصة	المؤسسات التجارية منشآت تجارة الجملة: أهمية تجار الجملة أنواع متاجر الجملة الادارة الاستراتيجية لمنشآت الجملة مستقبل تجارة الجملة	الثامن
استضافة خبير من خارج الجامعة	المؤسسات التجارية منشآت تجارة التجزئة: طبيعة وأهمية تجارة التجزئة الوظائف الرئيسية لمنشآت التجزئة مفومات متاجر التجزئة الناجحة العوامل المؤثرة على نمو و تطور متاجر التجزئة	التاسع
تقديم تقرير حول زيارة الخبير ومناقشتها في القاعة	أنواع متاجر التجزئة ادارة متاجر التجزئة السلاسل التطوعية كنموذج متطور لمتاجر التجزئة	العاشر
حلقة بحث مفتوح الامتحان الثاني حل الامتحان ومناقشته	القيادة داخل القناة التسويقية تنسيق التدفقات داخل القناة تحديد المستوى المطلوب لخدمات القناة تحديد المهام الرئيسية داخل القناة	الحادي عشر
امثلة تطبيقية وحالات دراسية	استخدام استراتيجيات النفوذ استخدام استراتيجيات القيادة الاطار العملي لقيادة القناة	الثاني عشر

	من يجب ان يقود القناة	
عرض صفحي من قبل الطلبة	ادارة الصراع داخل القناة التسويقية طبيعة الصراع في قناة التوزيع اسباب الصراع نتائج الصراع ادارة الصراع	الثالث عشر
واجب منزلي	ادارة القناة التسويقية والمزيج التسويقي استراتيجية الترويج استراتيجية المنتج استراتيجية التسعير قنوات التسويق	الرابع عشر
تقديم بحث مكتبي حول أي موضوع ذو علاقة بالمادة امتحان تجريبي (اختياري)	ادارة التوزيع المادي مفهوم واهمية التوزيع المادي اهداف التوزيع المادي مكونات نظام التوزيع المادي	الخامس عشر
الامتحان النهائي		السادس عشر

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

سياسة الحضور والغياب:

لا يسمح للطلاب بالغياب 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

أ.د. هاني الضمور، "طرق التوزيع"، دار وائل للنشر، عمان، 2008

الضمور، هاني حامد، ادارة قنوات التوزيع.- عمان: دار وائل، 2002.- ط2; منقحة

الضمور، هاني حامد، سمارة، عبدالله علي، ادارة القنوات التسويقية.- عمان : دار جاد للنشر و التوزيع، 1993.

Journals :

Journal of Marketing research

Journal of Marketing

• المواقع الإلكترونية Websites

www.amm-ar.com