



جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

خطة تدريس المادة

Course Syllabus

خطة تدريس المادة	
Course Syllabus	
رمز المادة: 0350341	المادة: تسويق الخدمات
المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: 0350110	مستوى المادة: الثالثة
الساعات المعتمدة: 3	موعد المحاضرة:
الممتحن الداخلي :	

عضو هيئة التدريس				
الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

وصف المادة:

يقوم على دراسة الجانب اللاملموس في التسويق وهو الجانب الخدمي ويقوم على تحليل المنتج الخدمي والبيئة التسويقية للخدمة وايضا تعريف الطالب بأساليب تجزئة سوق الخدمات ووضع الاستراتيجيات المناسبة وطرق التوزيع والترويج للخدمات.

أهداف المادة:

يهدف هذا المساق الى :

- تعريف الطالب بالخدمات وأنواعها وأهميتها ودور مؤسسات الخدمة في الإقتصاد المحلي .
- 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 قائم على معرفة شاملة لسلوك المستهلك و البيئة التسويقية.
- أن يفهم الطالب الفرق بين تسويق المنتجات الملموسة (السلع) والمنتجات غير الملموسة (الخدمات) ، بما في ذلك العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات .
- أن يدرك الطالب أن نجاح مؤسسات الخدمات وتميزها يتوقف على مدى جودة الخدمة وعملية تقديمها .
- أن يتعرف الطالب على أهمية التفاعل بين الزبائن ومقدمي الخدمة في نجاح تسويق الخدمات .
- أن يفهم الطالب المقصود بتقسيم سوق الخدمة وكيفية إحتلال المركز المتميز في السوق .

أن يتعرف الطالب على طرق وسياسات تسعير وترويج وتوزيع الخدمات .

مكونات المادة:

1-الكتاب المقرر: أ.د.حميد الطائي, د. بشير العلق "تسويق الخدمات: مدخل استراتيجي, وظيفي, تطبيقي", يازوري, عمان, 2009

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 بالاضافة 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

ويقوم على دراسة الجانب اللاملموس في المنتج وهو الجانب الخدمي ويقوم على تحليل المنتج الخدمي ووضع الاسس السليمة لتسويقه .

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 المكتبية 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 التوثيق التالي APA Style :
المقالات في المجلات 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.alex.com. Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لأصحابها ببالطرق 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.

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

- طريقة التعليم: محاضرة 50% بحث 20% عملي 30%
- أسلوب الامتحان: كتابي شفهي

توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساندة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	مدخل الى سوق الخدمات مفهوم قطاع الخدمات أسباب النمو السريع للقطاع الخدمي	الامتحان القبلي زيارة المكتبة للتعرف على المقررات الخاصة بتسويق الخدمات
الثاني	مدخل الى سوق الخدمات مراحل نشؤ وتطور سوق الخدمات تطبيقات الخدمات الفرق بين الخدمة و اللغة	اعداد تقرير عن سوق الخدمات
الثالث	<u>الخدمة الجوهر والخدمات الداعمة</u> مفهوم الخدمة الجوهر الفرق بين الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية الخدمات الإضافية على المنتج تصنيف الخدمات التكميلية تحويل الخدمات التكميلية إلى الخدمة الجوهر	اعداد تقرير عن الخدمة الجوهر و الخدمة الداعمة
الرابع	المزيج التسويقي للخدمات المزيج التسويقي للخدمة و الاستراتيجية التسويقية منتج الخدمة، التسعير ، الترويج ، التوزيع ، الناس الدليل المادي ، عملية تقديم الخدمة	عرض حالات دراسية تطبيقية في القطاع الخدمي
الخامس	دورة حياة المنتج و تطبيقات على الخدمات دورة حياة المنتج نماذج معدلة لدورة حياة المنتج مجالات تطبيق دورة حياة المنتج في قطاع الخدمات المشاكل المتعلقة بمفهوم دورة حياة المنتج	حلقة بحث
السادس	تحديد مكانة الخدمات في السوق البحث عن ميزة تنافسية تحديد و اختيار القطاعات المستهدفة ضرورة فهم سلوك العميل تطوير مفهوم الخدمة لقطاع سوقي محدد خطوات تطوير اسنراتيجية تحديد مكانة الخدمة في سوقها	تمارين خاصة بالأنظمة الخدمية
السابع	انظمة الخدمات الخدمة كعملية التصنيفات الاربعة للخدمة	الامتحان الأول حل الاسئلة وتوزيع العلامات
الثامن	انظمة الخدمات نظام عمليات الخدمة نظام تقديم الخدمة نظام تسويق الخدمة تطبيقات عملية	تمارين خاصة بالأنظمة الخدمية
التاسع	الاستراتيجيات الداعمة لانظمة الخدمة العلاقات النفاعلية بين مؤسسة الخدمة والمستفيد الاستراتيجيات التي تساعد مؤسسة الخدمة	تقرير عن الاستراتيجيات الداعمة للنظام الخدمي

	في	
عمل جماعي	تشخيص و ادارة العلاقات التبادلية في نظام تقديم الخدمة مفهوم تسويق العلاقة استراتيجيات الاحتفاظ بالزبائن	العاشر
ضيف من خارج الجامعة	ابتكار و تطوير الخدمات الجديدة مفهوم و تطوير ابتكارات الخدمات طرق التطوير خطوات عملية الابتكار و التطوير و تقديم الخدمات الجديدة العوامل المؤثرة على عملية ابتكار و تطوير الخدمات الجديدة	الحادي عشر الامتحان الثاني
الامتحان الثاني حل الاسئلة وتوزيع العلامات	الجودة المدركة و رضا المستفيد مفهوم الجودة العوامل المحددة لجودة الخدمة من وجهة نظر المستفيد ابعاد الجودة العوامل المؤثرة على توقع المستفيد	الثاني عشر
حالة دراسية	الجودة المدركة و رضا المستفيد نموذج الفجوات الرضا التراكمي للمستفيد العلاقة بين جودة الخدمة المدركة و رضا المستفيد جودة الخدمة كموقف او اتجاه شامل	الثالث عشر
رحلة علمية	تسعير الخدمات العوامل الداخلية و الخارجية في قرارات التسعير الاستراتيجيات السعرية توزيع الخدمات اهمية و طبيعة انظمة توزيع الخدمات سلوك و تنظيم القناة التوزيعية للخدمات	الرابع عشر
تقديم تقرير عن زيارة الرحلة	ترويج الخدمات مفهوم الترويج الاختلاف في عملية الترويج للخدمات تطبيقات عناصر المزيج الترويجي في قطاع الخدمات	الخامس عشر
الامتحان النهائي	- مراجعة المادة	الخامس عشر
		السادس عشر الامتحانات النهائية

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 لامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.

المراجع العلمية للمادة

• الكتب

1. بشير العلاق وحميد الطائي ، تسويق الخدمات ، دار العقل للنشر ، عمان ، 1999 .
2. هاني حامد الضمور ، تسويق الخدمات ، دار وائل للنشر ، عمان 8200 .
3. أبو نبعة، عبدالعزيز، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة: منهج تطبيقي.- عمان: دار الوراق للنشر و التوزيع، 2005
4. بالمر، أدريان، شاهين، بهاء ، اصلاح، علا أحمد ، شراقي، دعاء، مبادئ تسويق الخدمات .- القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009
5. الصميدعي، محمود جاسم ، يوسف، ردينة عثمان، تسويق الخدمات.- عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، 2010
6. Lovelock,Christopher| Wirtz,Jochen, Services marketing: people, technology, strategy. - Boston :Pearson,2011.. -7th ed.
7. Valarie A.zeithaml and Mary Jo Bitner , Services Marketing , Mc Graw , Hill Co., 2000 .

الدوريات العلمية

Journals

Journal of Marketing

Journal of Consumer Research

• المواقع الإلكترونية Websites

www.fipp.com