



جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

خطة تدريس المادة

Course Syllabus

رمز المادة: 0350342	المادة: التسويق الصناعي
المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: مبادئ التسويق /0350110	مستوى المادة: ثالثة
الساعات المعتمدة:	موعد المحاضرة:

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

وصف المادة:

يناقش هذا المساق الجانب الآخر من العمل التسويقي والذي يتعلق بالتسويق من المنظمة الى المنظمة او ما يسمى التسويق في منظمات الاعمال حيث يركز المفاهيم الرئيسية لسوق الاعمال وايضا على منتجات الاعمال (المنتجات الصناعية) وطرق تسويقها ووضع الاستراتيجيات المناسبة للتعامل معها.

أهداف المادة:

يهدف هذا المساق الى :

- تمكين الطالب من التمييز بين التسويق الاستهلاكي والتسويق الصناعي .
- تحديد العناصر الرئيسية للبيئة التسويقية الداخلية و الخارجية بهدف التقييم الدقيق للفرص والتحديات
- تمكين الطالب من صياغة وبناء استراتيجيات التسويق الصناعي .
- معرفة الطالب بطبيعة القرارات الاستراتيجية التي تتخذ ضمن وظيفة التسويق الصناعي

مكونات المادة:

- 1- الكتب المقررة: العسكري , أحمد شاكر | التسويق الصناعي: مدخل استراتيجي. -عمان :دار وائل للنشر والتوزيع، 2007.
- 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

يتناول التسويق من المنظمة الى المنظمة او ما يسمى التسويق في منظمات الاعمال حيث يركز على المنتجات الموجهة الى المنظمات وطرق تسويقها وبيعها

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 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. Obtained 5/10/2012.

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

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

توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساعدة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	مفهوم نظام التسويق الصناعي: تطور وظيفة وأنظمة الانتاج وظيفة التسويق الصناعي و طبيعته مفهوم التسويق الصناعي.	الامتحان القبلي الذهاب إلى المكتبة للتعرف على المراجع العلمية للمادة
الثاني	مفهوم نظام التسويق الصناعي: أهمية التسويق الصناعي نظام التسويق الصناعي مقارنة بين التسويق الصناعي و الاستهلاكي	الاستشهاد بواقع عملي لشركة عاملة في هذا المجال خلال الفصل
الثالث	السلع الصناعية: تقسيم السلع الصناعية مقارنة بين سلع الاستهلاك و سلع الانتاج	تطبيق عملي من واقع الشركة
الرابع	الطلب على السلع الصناعية: مفهوم الطلب. صفات الطلب على السلع الصناعية أنواع الطلب خطوات عملية شراء السلع الصناعية	حالة دراسية
الخامس	تجزئة السوق الصناعي: أنواع الأسواق أنواع السوق الصناعي تجزئة السوق الصناعي	تقديم تقرير حول السوق الصناعي و تجزئته
السادس	تجزئة السوق الصناعي: استراتيجيات اختيار السوق المستهدف عوامل المفاضلة بين استراتيجيات التسويق القيود و المحددات على أسلوب تجزئة السوق	الامتحان الأول مناقشة وحل الاسئلة و توزيع العلامات
السابع	أبعاد سياسة المنتجات: التنميط التدريج التكامل ونظمه خدمة السلع	مناقشة الامتحان وتسليم العلامات
الثامن	أبعاد سياسة المنتجات:	ضيف خارجي خبير في هذا المجال

	الضمان و الصيانة الخدمات البيعية المساعدة	
التاسع	التسعير في الأسواق الصناعية: مفهوم السعر استراتيجيات التسعير الصناعي	تقديم تقرير حول زيارة الضيف
العاشر	التسعير في الأسواق الصناعية: استراتيجيات التسعير الصناعي سياسات التسعير	تقديم تقرير حول تسعير السلع الصناعية
الحادي عشر	التسعير في الأسواق الصناعية: طرق التسعير السعر و الجودة الضمانات ضد هبوط الأسعار	الامتحان الثاني حل الاسئلة وتوزيع العلامات
الثاني عشر	توزيع السلع الصناعية منافذ التوزيع أنواع التوزيع للسلع الانتاجية	ضيف خارجي
الثالث عشر	التوزيع المادي: مفهوم التوزيع المادي أهمية التوزيع المادي الدور الاستراتيجي للتوزيع المادي	رحلة علمية ميدانية تقديم تقرير حول الرحلة ومناقشته امام الطلبة
الرابع عشر	التوزيع المادي: تصميم نظام التوزيع المادي تقويم بدائل أنظمة التوزيع المادي إدارة نظام التوزيع المادي منشآت التوزيع المادي	مناقشات صفية وحوار مفتوح
الخامس عشر امتحان تجريبي (اختياري)	الترويج للسلع الصناعية: العوامل المؤثرة لتحديد المزيج الترويجي عناصر المزيج الترويجي	• عمل عرض لعناصر المزيج الترويجي • تقديم بحث مكتبي حول أي موضوع في المادة
السادس عشر	- الامتحان النهائي	مراجعة مفتوحة مع الاستاذ في الساعات المكتبية

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. العسكري، وأحمد شاكراً | التسويق الصناعي: مدخل استراتيجي. - عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005.
2. د. سمير العبادي و د. نظام سويدان " التسويق الصناعي " ، عمان : دار الحامد للنشر ، 1999

3. الصميدعي، محمود جاسم، يوسف، ردينة عثمان، التسويق الصناعي.- عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع، 2011

4. hill , M .Richard & Alexander ,S . Ralph & cross , S. James ,”industrial Marketing “4th ed . prentice Hall ,1994.

5. Hut , Michael D. & Speh, Thomas W, “Business Marketing management : a Strategic View of industrial & organization markets “ , 4th ed , The Dry den press 1992 .

• الدوريات العلمية

Journals

**Journal of Marketing
Operations Research**

Websites • المواقع الإلكترونية

www.adassoc.org.uk