



مواصفات مقرر: إدارة مبيعات

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course				
إدارة مبيعات		اسم المقرر Course Title	١	
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			٣
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture	
٣	-	-	٣	
المستوى الثالث: الفصل الاول		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤	
- مبادئ تسويق		المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥	
لا توجد		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦	
برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال		البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧	
اللغة العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨	
الانتظام		نظام الدراسة Study System	٩	
د. فضل المحمودي		معد (و) مواصفات المقرر Prepared By	١٠	
		تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	١١	

ii. وصف المقرر :Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم الأساسية لإدارة المبيعات، وأهدافها، وأهميتها وبيان مهام ووظائف إدارة المبيعات والمتمثلة في: مهام مدير المبيعات (تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأنشطة البيعية) ومهام إدارة القوة البيعية والمتمثلة في اختيار وتعيين وتدريب وتحديد مناطق وحصص البيع، والتحفيز والإشراف على القوة البيعية بالمنشأة وتقييم أدائها. كما يرمي المقرر إلى تعريف الطالب بعملية البيع الشخصي و مراحل وأساليب فنون البيع المتميز

iii. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) :Course Intended Learning Outcomes (CILOs)
بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن: a.1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع. a.2 يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي...



- a.3 يوضح أساليب وطرق تدريب , وتعويض وتحفيز , وتقييم أداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية ومراحل العملية البيعية
- b1 -يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم القوة البيعية . وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,
- b2 يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي.
- c1 يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي.
- c2 ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .
- c.3 يمارس عملية اختيار وتعيين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أدائهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .
- d1 يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة العملية البيعية.
- d2. يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية
- d3 يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة

iv. مواءمة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)

مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)	
A1 - يظهر المعرفة بالمبادئ والمفاهيم والنظريات العلمية المستخدمة في الإدارة وما يتصل بها من أساليب وأدوات .	يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع.	- a1
A2 - يوضح خصائص المنظمات وبيئتها الداخلية والخارجية ، وسياسات وأساليب إدارتها وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى .	يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي...	- a2
A2 - يوضح خصائص المنظمات وبيئتها الداخلية والخارجية ، وسياسات وأساليب إدارتها وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى .	يوضح أساليب وطرق تدريب , وتعويض وتحفيز , وتقييم أداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية ومراحل العملية البيعية.	-a3
B1- يقيم مختلف الأساليب والأدوات الإدارية ويدرك استخدامها في إطار الأنشطة التي يقوم بإنجازها .	يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم القوة البيعية . وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,	-b1
B2 - يحلل العوامل البيئية والمتغيرات المحلية والإقليمية والعالمية المؤثرة على أداء منظمات الأعمال مستخدماً المعارف والمفاهيم الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والإحصائية المختلفة.	يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي	- b2
B4- يبتكر خطاً إدارية للأعمال الإدارية المختلفة بما يحقق أهداف المنظمة .	يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي	b3
C1 يوظف المهارات المهنية الأساسية ويستخدمها في تصميم نظم وأدوات إدارية تساعد المؤسسة على تحقيق ميزة استراتيجية في مجال أعمالها.	ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .	-c1
C2- يعمل في بيئة الأعمال المحلية والإقليمية ويدير الأعمال التي تسند له بكفاءة وفاعلية باستخدام تقنيات إدارة الأعمال الملائمة .	يمارس عملية اختيار وتعيين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أدائهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .	c2
D2- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بأنشطة المنظمة .	يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة العملية البيعية	-d1



d2	يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..	D3- يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية .
d3	يكتب التقارير الإدارية والبيعية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة.	C4- يكتب تقارير ويعد خطط استراتيجية فاعلة للمؤسسة التي يعمل فيها .

I. مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم
Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies

أولاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقييم:

First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي. 	<p>a1 - يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي. 	<p>a2 - يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي...</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني 	<ul style="list-style-type: none"> - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي. 	<p>a3- يوضح أساليب وطرق تدريس , وتعويض وتحفيز , وتقييم اداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية ومراحل العملية البيعية.</p>

ثانياً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:
Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs
---------------------------------------------	-------------------------------------------	--------------------------------------------------------------



<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم القوة البيعية . وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,</p>	-b1
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات 	<p>يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي</p>	- b2
		<p>يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي</p>	b3

ثالثاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكليفات - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف 	<p>ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .</p>	-c1
<ul style="list-style-type: none"> - الواجبات والتكليفات - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف 	<p>يمارس عملية اختيار وتعين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أدائهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .</p>	-c2

رابعاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:

Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر Transferable (General) Skills CILOs
---------------------------------------------	-------------------------------------------	------------------------------------------------------



- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني	يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة أعمال المنظمة.	-d1
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني	يمتلك مهارات الاتصال الفعال, وإدارة الوقت بفاعلية	-d2
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني	يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة	d3

v. موضوعات محتوى المقرر Course Content					
أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect					
رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
a1, b.2, , d3 , d1, d2	3	1	ماهية إدارة المبيعات , تعريف إدارة المبيعات علاقة إدارة المبيعات بالإدارات الأخرى / إدارة المبيعات والعوامل البيئية أهداف ووظائف إدارة المبيعات مجالات إدارة المبيعات .	مدخل إلى إدارة المبيعات	1



a1 , a.2, b1,c.1 ,c2, d.1 , d2 d3	6	2	مفهوم التخطيط / عمليات التخطيط / خطة المبيعات مراحل وخطوات عمليات تخطيط المبيعات الاستراتيجيات البيعية السياسات البيعية الإجراءات البيعية الميزانية التقديرية للمبيعات /	تخطيط المبيعات	2
a.1, a.2, b.1, b.4 , , c.1 c.3, d.1, d2., d3,	6	2	مفهوم تنظيم إدارة المبيعات متطلبات إعداد الهيكل التنظيمي / الهيكل التنظيمي للمبيعات . مفهوم الرقابة و تقييم الأداء / خطوات تقييم أداء النشاط البيعي مداخل تقييم أداء المبيعات	تنظيم ورقابة الأنشطة البيعية	3
a1., a.3, , b.1., c.3, d.1, d.2, d3, ,	3	1	مراحل عملية الاختيار والتعيين / اولاً: التخطيط لعملية الاختيار والتعيين / ثانياً: مرحلة تحديد مصادر الحصول على المرشحين / ثالثاً: مرحلة الاختيار .	اختيار وتعيين القوة البيعية	4
a.1, a.3, , b.1 , c.1,c3 d1,d.2, d3,	3	1	مفهوم التدريب / عملية التدريب البيعي / فلسفة التدريب / خطوات عملية التدريب / طرق تحديد الاحتياجات التدريبية (محتوى البرامج التدريبية) / أهداف التدريب / تقييم واختيار بدائل التدريب / تصميم برنامج التدريب	تطوير وتنمية مهارات القوة البيعية	5
a.1, a.3, , b.1 , c.1 ,c3, d.2 , d3 ,	3	1	دافعية رجال البيع / خصائص نظام المكافآت الجيد / أهمية نظام المكافآت / العوامل المؤثرة في اختيار و تصميم نظام المكافآت /	مكافأة وتعويض وتحفيز القوة البيعية	6



			خطوات تصميم نظام المكافآت البيعية / مزيج التحفيز لرجال البيع		
a.1, a.3, , b2, c.3 ,d.1 , d.2 , d3 ,	3	1	تعريف منطقة البيع / أهداف تحديد مناطق البيع المعلومات الضرورية للتعرف على مناطق البيع / أسس تقسيم مناطق البيع / مشاكل إقامة مناطق البيع / خطوات تصميم المنطقة البيعية /	تخطيط وإقامة مناطق البيع	7
a.1, a.3 , b.2, c.3 , d.1 , d.2 , d3 ,	3	1	تعريف حصص البيع / أغراض تكوين الحصة البيعية / أسلوب تكوين الحصة البيعية / أنواع حصص البيع / خصائص الحصة البيعية	تخطيط وتكوين الحصص البيعية	8
a.1, a.3 , b.1 , c.3 , d.2, d3 , ,	3	1	مفهوم تقييم أداء رجال البيع / أغراض تقييم أداء المندوبين / معايير (أبعاد) تقييم المندوبين / أسس معايير تقييم أداء رجال البيع / - طرق تقييم أداء المندوبين.	تقييم أداء القوة البيعية	9
a.1, a.4 , b.3 , b.5, c.4. d.1 , d.2 , d3 ,	6	2	مفهوم البيع الشخصي / أهمية البيع الشخصي / مواصفات رجل البيع / واجبات رجل البيع / مراحل وخطوات عملية البيع . حالات ومواقف عملية في البيع الشخصي	البيع الشخصي	10
	3	1	عرض وتقييم لحالات عملية في البيع . تقييم الواجبات والمشاركات.	مراجعة عامة	
===	42	14	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies
المحاضرات



- حل المشكلات
- التعلم التعاوني
- العروض التوضيحية
- العصف الذهني
- تمثيل الأدوار
- الحوار والمناقشة

vi. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
م N o	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	الدرجة المستحقة Mark	أسبوع التنفيذ Week Due	مخرجات التعلم CILOs (symbols)
١	تقييم تقارير / تمارين	5	W 6, 13	, a.3 , a.4, b2 , b.3 , , c.2 ,
٢	تقييم التكليف والواجبات المنزلية	5	W ,6, , 13	, a.2, a.3, b1, b.2 , c.1 , , c.2 , d.2 ,
٣	دراسة وتحليل الحالات العملية	5	W2,9,14	a.3 , , b.1 , b.2 , c.2
٤	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	5	Weekly	a.1 , a.2 , b1 , b.2 , c.1 , c2 d2
	إجمالي الدرجة Total Score	20	==	===



vii. تقييم التعلم Learning Assessment:					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2	٪٢٠	٢٠	3,4,6,8,10	الأنشطة والتكاليف	١
a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3	20%	20	W 7	اختبار تحريري نصفي	٢
جميع المخرجات	60%	60	w16	الامتحان النهائي	٣
===	100%	100	الإجمالي Total		

مصادر التعلم Learning Resources:	
المراجع الرئيسية (Required Textbook(s): (لا تزيد عن مرجعين) عبد الخالق باعلوي, الأسس العلمية لإدارة المبيعات, الأمين للنشر والتوزيع, صنعاء. ٢٠١٦م. المراجع المساعدة: محمد عبيدات, وآخرون, إدارة المبيعات والبيع الشخصي, دار وائل عمان - الأردن, ٢٠١٤م طلعت أسعد, مدير المبيعات الفعال, المكتبة الأكاديمية, القاهرة, المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc. توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

viii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
١	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance: - يلتزم الطالب بحضور ٧٥٪ من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
٢	الحضور المتأخر Tardy: - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
٣	ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality: - لا يسمح للطالب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
٤	التعيينات والمشاريع Assignments & Projects: - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكليف الذي تأخر في تسليمه.
٥	الغش Cheating:



- في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شئون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.	
الانتحال Plagiarism: - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك	6
سياسات أخرى Other policies: - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ	7



خطة مقرر: مقرر إدارة المبيعات

Information about Faculty Member Responsible for the Course						المعلومات عن أستاذ المقرر	الاسم Name
الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours						أ. م. د. فضل المحمودي	المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	777714477	البريد الإلكتروني E-mail
			3			dr.fadlalmhmodi@gmail.com	

:General information about the course				معلومات عامة عن المقرر	
إدارة مبيعات				اسم المقرر Course Title	١
				رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	٣
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture		
٣	-	-	٣	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤
المستوى الثالث: الفصل الأول				المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥
- مبادئ تسويق				المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦
لا توجد				البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧
برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال				لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨
اللغة العربية				نظام الدراسة Study System	٩
الانتظام				معد(و) مواصفات المقرر Prepared By	١٠
د. فضل المحمودي				تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	١١



x. وصف المقرر :Course Description

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم الأساسية لإدارة المبيعات ، وأهدافها ، وأهميتها و بيان مهام ووظائف إدارة المبيعات والمتمثلة في :مهام مدير المبيعات(تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأنشطة البيعية)، ومهام إدارة القوة البيعية والمتمثلة في اختيار وتعيين وتدريب وتحديد مناطق وحصص البيع، والتحفيز والإشراف على القوة البيعية بالمنشأة وتقييم أدائها. كما يرمي المقرر إلى تعريف الطالب بعملية البيع الشخصي و مراحل وأساليب فنون البيع المتميز

xi. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) :Course Intended Learning Outcomes

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- a.1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع .
 - a.2 يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي...
 - a.3 يوضح أساليب وطرق تدريب , وتعويض وتحفيز , وتقييم أداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية ومراحل العملية البيعية
 - b1 -يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,
 - b2 يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي.
 - b3 يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي.
 - c1 ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .
 - c.2 يمارس عملية اختيار وتعيين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أداءهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .
 - d1 يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة العملية البيعية.
 - d2. يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية
 - d3 يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة

xii. موضوعات محتوى المقرر Course Content

أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

الرقم Order	الموضوعات الرئيسة/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الاسبوع Week	الساعات الفعلية Contact Hours
1	مدخل إلى إدارة المبيعات	- ماهية إدارة المبيعات , تعريف إدارة المبيعات - علاقة إدارة المبيعات بالإدارات الأخرى / - إدارة المبيعات والعوامل البيئية أهداف ووظائف إدارة المبيعات مجالات إدارة المبيعات .	w1	3
2	تخطيط المبيعات	- مفهوم التخطيط / عمليات التخطيط / خطة المبيعات - مراحل وخطوات عمليات تخطيط المبيعات - الاستراتيجيات البيعية - السياسات البيعية	w3 w2	6



		- الإجراءات البيعية الميزانية التقديرية للمبيعات /		
6	w4 w5	- مفهوم تنظيم إدارة المبيعات - متطلبات إعداد الهيكل التنظيمي / - الهيكل التنظيمي للمبيعات . - مفهوم الرقابة و تقييم الأداء / خطوات تقييم أداء النشاط البيعي مداخل تقييم أداء المبيعات	تنظيم ورقابة الأنشطة البيعية	3
3	w6	- مراحل عملية الاختيار والتعيين / أولاً: التخطيط لعملية الاختيار والتعيين / ثانياً: مرحلة تحديد مصادر الحصول على المرشحين / ثالثاً: مرحلة الاختيار .	اختيار وتعيين القوة البيعية	4
	w7		امتحان نصفي	5
3	w8	- مفهوم التدريب / عملية التدريب البيعي / فلسفة التدريب / - خطوات عملية التدريب / - طرق تحديد الاحتياجات التدريبية - (محتوى البرامج التدريبية) / أهداف التدريب / تقييم واختيار بدائل التدريب / تصميم برنامج التدريب	تطوير وتنمية مهارات القوة البيعية	6
3	w9	- دافعية رجال البيع / خصائص نظام المكافآت الجيد / أهمية نظام المكافآت - العوامل المؤثرة في اختيار و تصميم نظام المكافآت / خطوات تصميم نظام المكافآت البيعية / مزيج التحفيز لرجال البيع	مكافأة وتعويض وتحفيز القوة البيعية	7
3	w10	- تعريف منطقة البيع / أهداف تحديد مناطق البيع / - المعلومات الضرورية للتعرف على مناطق البيع / - أسس تقسيم مناطق البيع / مشاكل إقامة مناطق البيع / خطوات تصميم المنطقة البيعية /	تخطيط وإقامة مناطق البيع	8
3	w11	- تعريف حصص البيع / - أغراض تكوين الحصة البيعية / - أسلوب تكوين الحصة البيعية / أنواع حصص البيع / خصائص الحصة البيعية	تخطيط وتكوين الحصص البيعية	9



3	w12	مفهوم تقييم أداء رجال البيع / أعراض تقييم أداء المندوبين / معايير (أبعاد) تقييم المندوبين / أسس معايير تقييم أداء رجال البيع / - طرق تقييم أداء المندوبين.	تقييم أداء القوة البيعية	10
6	w13 w14	- مفهوم البيع الشخصي / أهمية البيع الشخصي / - مواصفات رجل البيع / واجبات رجل البيع / - مراحل وخطوات عملية البيع . حالات ومواقف عملية في البيع الشخصي	البيع الشخصي	11
3	w15	عرض وتقييم لحالات عملية في البيع - تقييم الواجبات والمشاركات.	مراجعة عامة	12
	w16	امتحان نهائي		13
48	16	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies	
<ul style="list-style-type: none">المحاضراتحل المشكلاتالتعلم التعاونيالعروض التوضيحيةالعصف الذهنيتمثيل الأدوارالحوار والمناقشة	

الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
, a.3 , a.4, b2 , b.3 , , c.2 ,	W 6, 13	5	تقييم تقارير / تمارين	١
, a.2, a.3, b1, b.2 c.1, c.2 , d.2 ,	W ,6, , 13	5	تقييم التكليف والواجبات المنزلية	٢
a.3, b.1 , b.2 , c.2	W2,9,14	5	دراسة وتحليل الحالات العملية	٣



a.1 , a.2 , b1 , b.2 , c.1 , c2 d2	Weekly	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	٤
===	==	20	Total Score إجمالي الدرجة	



تقييم التعلم Learning Assessment:					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2	٪٢٠	٢٠	3,4,6,8,,10	الأنشطة والتكاليف	١
a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3	20%	20	W 7	اختبار تحريري نصفي	٢
جميع المخرجات	60%	60	w16	الامتحان النهائي	٣
===	100%	100	Total الإجمالي		

مصادر التعلم Learning Resources:	
المراجع الرئيسية Required Textbook(s):	
عبد الخالق باعلوي، الأسس العلمية لإدارة المبيعات، الأمين للنشر والتوزيع، صنعاء، ٢٠١٦م.	
المراجع المساعدة:	
<ul style="list-style-type: none"> محمد عبيدات، وآخرون، إدارة المبيعات والبيع الشخصي، دار وائل عمان - الأردن، ٢٠١٤م طلعت أسعد، مدير المبيعات الفعال، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 	
١. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.	
توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

أ. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
١.	سياسة حضور الفعاليات التعليمية: تحدد سياسة الحضور ومتى يعتمد الغياب وكيفيته ونسبته، ومتى يعد الطالب محروماً من المقرر
٢.	الحضور المتأخر: يتم تحديد السياسة المتبعة في حالات تكرار تأخر الطالب عن حضور الفعاليات التعليمية
٣.	ضوابط الامتحان: تحديد السياسات المتبعة في حالات الغياب عن الامتحان و توصيف السياسة المتبعة في حالات تأخر الطالب عن الامتحان.
٤.	التعيينات والمشاريع: تحديد السياسات المتبعة في حالات تأخير تسليم التكاليف والمشاريع ومتى يجب أن تسلم إلى الأستاذ.
٥.	الغش: تحدد هنا السياسات المتبعة في حالات الغش إما في الامتحانات أو في التكاليف بأي طريقة من طرائق الغش.
٦.	الانتحال: يحدد تعريف الانتحال وحالاته والإجراءات المتبعة في حالة حدوثه.
٧.	سياسات أخرى: أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليفات الخ



.xv. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course			
إدارة مبيعات		اسم المقرر Course Title	١
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours		
	محاضرات Lecture	عملي Practical	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial
٣	-	-	٣
المستوى الثالث: الفصل الاول		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤
- مبادئ تسويق		المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥
لا توجد		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦
برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال		البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧
اللغة العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨
الانتظام		نظام الدراسة Study System	٩
د. فضل المحمودي		معدو(و) مواصفات المقرر Prepared By	١٠
		تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	١١

.xvi. وصف المقرر :Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم الأساسية لإدارة المبيعات ، وأهدافها ، وأهميتها و بيان مهام ووظائف إدارة المبيعات والتمثلة في :مهام مدير المبيعات(تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأنشطة البيعية) ومهام إدارة القوة البيعية والتمثلة في اختيار وتعيين وتدريب وتحديد مناطق وحصص البيع، والتحفيز والإشراف على القوة البيعية بالمنشأة وتقييم أدائها. كما يرمي المقرر إلى تعريف الطالب بعملية البيع الشخصي و مراحل وأساليب فنون البيع المتميز

.xvi. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) :Course Intended Learning Outcomes
بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن: a.1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع . a.2 يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي... a.3 يوضح أساليب وطرق تدريب , وتعويض وتحفيز , وتقييم أداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية و مراحل العملية البيعية



- b1 - يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم القوة البيعية . وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,
b2 يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي.
c1 يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي.
c2 ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .
c.3 يمارس عملية اختيار وتعيين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أدائهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .
d1 يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة العملية البيعية.
d2. يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية
d3 يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة

xvi. مواءمة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)

مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)	
A1 - يظهر المعرفة بالمبادئ والمفاهيم والنظريات العلمية المستخدمة في الإدارة وما يتصل بها من أساليب وأدوات .	يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع.	- a1
A2 - يوضح خصائص المنظمات وبيئتها الداخلية والخارجية ، وسياسات وأساليب إدارتها وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى .	يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي...	- a2
A2 - يوضح خصائص المنظمات وبيئتها الداخلية والخارجية ، وسياسات وأساليب إدارتها وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى .	يوضح أساليب وطرق تدريب , وتعويض وتحفيز , وتقييم أداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية ومراحل العملية البيعية.	-a3
B1- يقيم مختلف الأساليب والأدوات الإدارية ويدرك استخدامها في إطار الأنشطة التي يقوم بإنجازها .	يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم القوة البيعية . وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,	-b1
B2 - يحلل العوامل البيئية والمتغيرات المحلية والإقليمية والعالمية المؤثرة على أداء منظمات الأعمال مستخدماً المعارف والمفاهيم الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والإحصائية المختلفة.	يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي	- b2
B4- يبتكر خططاً إدارية للأعمال الإدارية المختلفة بما يحقق أهداف المنظمة .	يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي	b3
C1 يوظف المهارات المهنية الأساسية ويستخدمها في تصميم نظم وأدوات إدارية تساعد المؤسسة على تحقيق ميزة استراتيجية في مجال أعمالها.	ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .	-c1
C2- يعمل في بيئة الأعمال المحلية والإقليمية ويدير الأعمال التي تسند له بكفاءة وفاعلية باستخدام تقنيات إدارة الأعمال الملائمة .	يمارس عملية اختيار وتعيين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أدائهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .	c2
D2- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بأنشطة المنظمة .	يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة العملية البيعية	-d1
D3- يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية .	يملك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..	-d2



d3	يكتب التقارير الإدارية والبيعية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة.	C4- يكتب تقارير ويعد خطط استراتيجية فاعلة للمؤسسة التي يعمل فيها .
----	--------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------

II. مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies

أولاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقييم: First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs	
- ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي.	يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع.	a1 -
- ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي.	يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي...	a2 -
- ملاحظة الاداء. - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفوية - تقييم النزول الميداني	- الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي والتعاوني - الأنشطة والمهام والتكاليف - التدريس المصغر والتغذية الراجعة - المفكرة اليومية والتغذية الراجعة - التطبيق العملي.	يوضح أساليب وطرق تدريب , وتعويض وتحفيز , وتقييم اداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية ومراحل العملية البيعية.	a3-

ثانياً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم: Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	
- الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصير	- المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي	يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم	-b1



- المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي	- المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات	القوة البيعية . وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,	
- الواجبات والتكليفات - الاختبارات القصير - المقابلة - الملاحظة - الامتحان النصفي - الامتحان النهائي	- المحاضرات التفاعلية - العروض التوضيحي - المناقشات - العصف الذهني - التعلم التعاوني - حل المشكلات	يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي	- b2
		يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي	b3

ثالثاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:
Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs	
- الواجبات والتكليفات - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف	ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .	-c1
- الواجبات والتكليفات - الاختبار القصير - المقابلة - الملاحظة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العرض التوضيحي - المناقشات - حل المشكلات - العصف الذهني - تمثيل الادوار - التعلم بالاكتشاف	يمارس عملية اختيار وتعيين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أدائهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .	-c2

رابعاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:
Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs

استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر Transferable (General) Skills CILOs
---------------------------------------------	-------------------------------------------	------------------------------------------------------



- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني	يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة أعمال المنظمة.	-d1
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني	يملك مهارات الاتصال الفعال, وإدارة الوقت بفاعلية	-d2
- الواجبات والتكاليف - تقييم التكاليف والمهام - الملاحظة - المقابلة - مشروع التخرج - الامتحان النهائي	- العروض التوضيحية - المناقشة - العصف الذهني - حل المشكلات - تمثيل الأدوار - التعليم التعاوني	يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة	d3

Course Content xix. موضوعات محتوى المقرر					
Theoretical Aspect أولاً: موضوعات الجانب النظري					
رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
a1, b.2, , d3 , d1, d2	3	1	ماهية إدارة المبيعات , تعريف إدارة المبيعات علاقة إدارة المبيعات بالإدارات الأخرى / إدارة المبيعات والعوامل البيئية أهداف ووظائف إدارة المبيعات مجالات إدارة المبيعات .	مدخل إلى إدارة المبيعات	1



a1 , a.2, b1,c.1 ,c2, d.1 , d2 d3	6	2	مفهوم التخطيط / عمليات التخطيط / خطة المبيعات مراحل وخطوات عمليات تخطيط المبيعات الاستراتيجيات البيعية السياسات البيعية الإجراءات البيعية الميزانية التقديرية للمبيعات /	تخطيط المبيعات	2
a.1, a.2, b.1, b.4 , , c.1 c.3, d.1, d2., d3,	6	2	مفهوم تنظيم إدارة المبيعات متطلبات إعداد الهيكل التنظيمي / الهيكل التنظيمي للمبيعات . مفهوم الرقابة و تقييم الأداء / خطوات تقييم أداء النشاط البيعي مداخل تقييم أداء المبيعات	تنظيم ورقابة الأنشطة البيعية	3
a1., a.3, , b.1., c.3, d.1, d.2, d3, ,	3	1	مراحل عملية الاختيار والتعيين / اولاً: التخطيط لعملية الاختيار والتعيين / ثانياً: مرحلة تحديد مصادر الحصول على المرشحين / ثالثاً: مرحلة الاختيار .	اختيار وتعيين القوة البيعية	4
a.1, a.3, , b.1 , c.1,c3 d1,d.2, d3,	3	1	مفهوم التدريب / عملية التدريب البيعي / فلسفة التدريب / خطوات عملية التدريب / طرق تحديد الاحتياجات التدريبية (محتوى البرامج التدريبية) / أهداف التدريب / تقييم واختيار بدائل التدريب / تصميم برنامج التدريب	تطوير وتنمية مهارات القوة البيعية	5
a.1, a.3, , b.1 , c.1 ,c3, d.2 , d3 ,	3	1	دافعية رجال البيع / خصائص نظام المكافآت الجيد / أهمية نظام المكافآت / العوامل المؤثرة في اختيار و تصميم نظام المكافآت /	مكافأة وتعويض وتحفيز القوة البيعية	6



			خطوات تصميم نظام المكافآت البيعية / مزيج التحفيز لرجال البيع		
a.1, a.3, , b2, c.3 ,d.1 , d.2 , d3 ,	3	1	تعريف منطقة البيع / أهداف تحديد مناطق البيع المعلومات الضرورية للتعرف على مناطق البيع / أسس تقسيم مناطق البيع / مشاكل إقامة مناطق البيع / خطوات تصميم المنطقة البيعية /	تخطيط وإقامة مناطق البيع	7
a.1, a.3 , b.2, c.3 , d.1 , d.2 , d3 ,	3	1	تعريف حصص البيع / أغراض تكوين الحصص البيعية / أسلوب تكوين الحصص البيعية / أنواع حصص البيع / خصائص الحصص البيعية	تخطيط وتكوين الحصص البيعية	8
a.1, a.3 , b.1 , c.3 , d.2 , d3 , ,	3	1	مفهوم تقييم أداء رجال البيع / أغراض تقييم أداء مندوبين / معايير (أبعاد) تقييم المندوبين / أسس معايير تقييم أداء رجال البيع / طرق تقييم أداء المندوبين.	تقييم أداء القوة البيعية	9
a.1, a.4 , b.3 , b.5, c.4. d.1 , d.2 , d3 ,	6	2	مفهوم البيع الشخصي / أهمية البيع الشخصي / مواصفات رجل البيع / واجبات رجل البيع / مراحل وخطوات عملية البيع . حالات ومواقف عملية في البيع الشخصي	البيع الشخصي	10
	3	1	عرض وتقييم لحالات عملية في البيع . تقييم الواجبات والمشاركات.	مراجعة عامة	
===	42	14	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies
المحاضرات



- حل المشكلات
- التعلم التعاوني
- العروض التوضيحية
- العصف الذهني
- تمثيل الأدوار
- الحوار والمناقشة

xx. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
م N o	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	الدرجة المستحقة Mark	أسبوع التنفيذ Week Due	مخرجات التعلم CILOs (symbols)
١	تقييم تقارير / تمارين	5	W 6, 13	, a.3 , a.4, b2 , b.3 , , c.2 ,
٢	تقييم التكليف والواجبات المنزلية	5	W ,6, , 13	, a.2, a.3, b1, b.2 , c.1 , , c.2 , d.2 ,
٣	دراسة وتحليل الحالات العملية	5	W2,9,14	a.3 , , b.1 , b.2 , c.2
٤	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	5	Weekly	a.1 , a.2 , b1 , b.2 , c.1 , c2 d2
	إجمالي الدرجة Total Score	20	==	===



xxi. تقييم التعلم Learning Assessment:					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2	٪٢٠	٢٠	3,4,6,8,10	الأنشطة والتكاليف	١
a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3	20%	20	W 7	اختبار تحريري نصفي	٢
جميع المخرجات	60%	60	w16	الامتحان النهائي	٣
===	100%	100	الإجمالي Total		

مصادر التعلم Learning Resources:	
المراجع الرئيسية (Required Textbook(s): (لا تزيد عن مرجعين) عبد الخالق باعلوي, الأسس العلمية لإدارة المبيعات, الأمين للنشر والتوزيع, صنعاء. ٢٠١٦م. المراجع المساعدة: محمد عبيدات, وآخرون, إدارة المبيعات والبيع الشخصي, دار وائل عمان - الأردن, ٢٠١٤م طلعت أسعد, مدير المبيعات الفعال, المكتبة الأكاديمية, القاهرة, المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc. توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

xxii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
١	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance: - يلتزم الطالب بحضور ٧٥٪ من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
٢	الحضور المتأخر Tardy: - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
٣	ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality: - لا يسمح للطالب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
٤	التعيينات والمشاريع Assignments & Projects: - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكليف الذي تأخر في تسليمه.
٥	الغش Cheating:



- في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شئون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.	
الانتحال Plagiarism: - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك	6
سياسات أخرى Other policies: - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ	7



خطة مقرر: مقرر إدارة المبيعات

Information about Faculty Member Responsible for the Course							معلومات عن أستاذ المقرر
الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours						أ. م. د. فضل المحمودي	الاسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	777714477	المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.
			3			dr.fadlalmhmodi@gmail.com	البريد الإلكتروني E-mail

:General information about the course					معلومات عامة عن المقرر
إدارة مبيعات			اسم المقرر Course Title		١
			رمز المقرر ورقمه Course Code and Number		٢
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	٣
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture		
٣	-	-	٣		
المستوى الثالث: الفصل الأول			المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester		٤
- مبادئ تسويق			المتطلبات السابقة للمقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)		٥
لا توجد			المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)		٦
برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال			البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered		٧
اللغة العربية			لغة تدريس المقرر Language of teaching the course		٨
الانتظام			نظام الدراسة Study System		٩
د. فضل المحمودي			معد(و) مواصفات المقرر Prepared By		١٠
			تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval		١١



xxiv. وصف المقرر Course Description:

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم الأساسية لإدارة المبيعات ، وأهدافها ، وأهميتها و بيان مهام ووظائف إدارة المبيعات والمتمثلة في :مهام مدير المبيعات(تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأنشطة البيعية)، ومهام إدارة القوة البيعية والمتمثلة في اختيار وتعيين وتدريب وتحديد مناطق وحصص البيع، والتحفيز والإشراف على القوة البيعية بالمنشأة وتقييم أدائها. كما يرمي المقرر إلى تعريف الطالب بعملية البيع الشخصي و مراحل وأساليب فنون البيع المتميز

xxv. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) Course Intended Learning Outcomes:

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن:
- a.1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بنشاط البيع .
 - a.2 يصف مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم ورقابة النشاط البيعي...
 - a.3 يوضح أساليب وطرق تدريب , وتعويض وتحفيز , وتقييم أداء القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية ومراحل العملية البيعية
 - b1 -يحدد مراحل وخطوات تخطيط , وتنظيم النشاط البيعي , واختيار وتدريب , ومكافأة وتعويض, وتقييم القوة البيعية وخطوات تحديد المناطق والحصص البيعية,
 - b2 يحلل واجبات ومقومات البيع الفعال وأساليب البيع الشخصي.
 - b3 يقيم تأثير المتغيرات البيئية على أداء النشاط البيعي.
 - c1 ينفذ الخطط والبرامج اللازمة لممارسة أنشطة البيع .
 - c.2 يمارس عملية اختيار وتعيين, وتدريب مندوبي المبيعات وتقييم أداءهم, والتحديد السليم للمناطق والحصص البيعية لهم .
 - d1 يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة العملية البيعية.
 - d2. يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية
 - d3 يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة

xxvi. موضوعات محتوى المقرر Course Content

أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الاسبوع Week	الساعات الفعلية Contact Hours
1	مدخل إلى إدارة المبيعات	- ماهية إدارة المبيعات , تعريف إدارة المبيعات - علاقة إدارة المبيعات بالإدارات الأخرى / - إدارة المبيعات والعوامل البيئية أهداف ووظائف إدارة المبيعات مجالات إدارة المبيعات .	w1	3
2	تخطيط المبيعات	- مفهوم التخطيط / عمليات التخطيط / خطة المبيعات - مراحل وخطوات عمليات تخطيط المبيعات - الاستراتيجيات البيعية - السياسات البيعية	w3 w2	6



		- الإجراءات البيعية الميزانية التقديرية للمبيعات /		
6	w4 w5	- مفهوم تنظيم إدارة المبيعات - متطلبات إعداد الهيكل التنظيمي / - الهيكل التنظيمي للمبيعات . - مفهوم الرقابة و تقييم الأداء / خطوات تقييم أداء النشاط البيعي مداخل تقييم أداء المبيعات	تنظيم ورقابة الأنشطة البيعية	3
3	w6	- مراحل عملية الاختيار والتعيين / أولاً: التخطيط لعملية الاختيار والتعيين / ثانياً: مرحلة تحديد مصادر الحصول على المرشحين / ثالثاً: مرحلة الاختيار .	اختيار وتعيين القوة البيعية	4
	w7		امتحان نصفي	5
3	w8	- مفهوم التدريب / عملية التدريب البيعي / فلسفة التدريب / - خطوات عملية التدريب / - طرق تحديد الاحتياجات التدريبية - (محتوى البرامج التدريبية) / أهداف التدريب / تقييم واختيار بدائل التدريب / تصميم برنامج التدريب	تطوير وتنمية مهارات القوة البيعية	6
3	w9	- دافعية رجال البيع / خصائص نظام المكافآت الجيد / أهمية نظام المكافآت - العوامل المؤثرة في اختيار و تصميم نظام المكافآت / خطوات تصميم نظام المكافآت البيعية / مزيج التحفيز لرجال البيع	مكافأة وتعويض وتحفيز القوة البيعية	7
3	w10	- تعريف منطقة البيع / أهداف تحديد مناطق البيع / - المعلومات الضرورية للتعرف على مناطق البيع / - أسس تقسيم مناطق البيع / مشاكل إقامة مناطق البيع / خطوات تصميم المنطقة البيعية /	تخطيط وإقامة مناطق البيع	8
3	w11	- تعريف حصص البيع / - أغراض تكوين الحصص البيعية / - أسلوب تكوين الحصص البيعية / أنواع حصص البيع / خصائص الحصص البيعية	تخطيط وتكوين الحصص البيعية	9



3	w12	مفهوم تقييم أداء رجال البيع / أعراض تقييم أداء المندوبين / معايير (أبعاد) تقييم المندوبين / أسس معايير تقييم أداء رجال البيع / - طرق تقييم أداء المندوبين.	تقييم أداء القوة البيعية	10
6	w13 w14	- مفهوم البيع الشخصي / أهمية البيع الشخصي / - مواصفات رجل البيع / واجبات رجل البيع / - مراحل وخطوات عملية البيع . حالات ومواقف عملية في البيع الشخصي	البيع الشخصي	11
3	w15	عرض وتقييم لحالات عملية في البيع - تقييم الواجبات والمشاركات.	مراجعة عامة	12
	w16	امتحان نهائي		13
48	16	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies	
<ul style="list-style-type: none">المحاضراتحل المشكلاتالتعلم التعاونيالعروض التوضيحيةالعصف الذهنيتمثيل الأدوارالحوار والمناقشة	

الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
, a.3 , a.4, b2 , b.3 , , c.2 ,	W 6, 13	5	تقييم تقارير / تمارين	١
, a.2, a.3, b1, b.2 c.1, c.2 , d.2 ,	W ,6, , 13	5	تقييم التكليف والواجبات المنزلية	٢
a.3, b.1 , b.2 , c.2	W2,9,14	5	دراسة وتحليل الحالات العملية	٣



a.1 , a.2 , b1 , b.2 , c.1 , c2 d2	Weekly	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	٤
===	==	20	إجمالي الدرجة Total Score	



تقييم التعلم :Learning Assessment					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a1,a2, a3,b1,b2,c1,c2	٪٢٠	٢٠	3,4,6,8,,10	الأنشطة والتكاليف	١
a1, a2, a3,b1,b2,c2,d3	20%	20	W 7	اختبار تحريري نصفي	٢
جميع المخرجات	60%	60	w16	الامتحان النهائي	٣
===	100%	100	Total الإجمالي		

مصادر التعلم :Learning Resources	
المراجع الرئيسية :Required Textbook(s)	
عبد الخالق باعلوي، الأسس العلمية لإدارة المبيعات، الأمين للنشر والتوزيع، صنعاء، ٢٠١٦م.	
المراجع المساعدة:	
▪ محمد عبيدات، وآخرون، إدارة المبيعات والبيع الشخصي، دار وائل عمان - الأردن، ٢٠١٤م	
▪ طلعت أسعد، مدير المبيعات الفعال، المكتبة الأكاديمية، القاهرة،	
١. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.	
توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

II. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
٨.	سياسة حضور الفعاليات التعليمية: تحدد سياسة الحضور ومتى يعتمد الغياب وكيفيته ونسبته، ومتى يعد الطالب محروماً من المقرر
٩.	الحضور المتأخر: يتم تحديد السياسة المتبعة في حالات تكرار تأخر الطالب عن حضور الفعاليات التعليمية
١٠.	ضوابط الامتحان: تحديد السياسات المتبعة في حالات الغياب عن الامتحان و توصيف السياسة المتبعة في حالات تأخر الطالب عن الامتحان.
١١.	التعيينات والمشاريع: تحديد السياسات المتبعة في حالات تأخير تسليم التكاليف والمشاريع ومتى يجب أن تسلم إلى الأستاذ.
١٢.	الغش: تحدد هنا السياسات المتبعة في حالات الغش إما في الامتحانات أو في التكاليف بأي طريقة من طرائق الغش.
١٣.	الانتحال: يحدد تعريف الانتحال وحالاته والإجراءات المتبعة في حالة حدوثه.
١٤.	سياسات أخرى: أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليفات الخ