



مواصفات المقرر: تسويق خدمات

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course			
تسويق خدمات		اسم المقرر Course Title	١
		رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	٢
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours		
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture
٣	-	-	٣
المستوى الثالث - الفصل الثاني		المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤
مبادئ تسويق		المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥
-		المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦
برنامج بكالوريوس تسويق		البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧
العربية		لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨
الفصل الدراسي		نظام الدراسة Study System	٩
د. عبدالكريم الدعيس		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 العامة لعملية تسويق الخدمات حيث يوضح أنواع الخدمات ومجالاتها ، مزايا الخدمات مقارنة مع السلع وتأثير ذلك على عملية التسويق، كما يوضح عناصر المزيج التسويقي الخدمي ويلقي الضوء على عمليات تسعير وترويج وتقديم الخدمات وما تحتويه من فروق بينها وبين السلع، كما يلقي الضوء على قياس وإدارة جودة الخدمة، ورضا العميل. وبعض التطبيقات التسويقية في مجال الخدمات.

iii. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) :Course Intended Learning Outcomes
بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادرا على أن: a1- يعرف المبادئ الأساسية لتسويق الخدمات، وأهميتها .



- a2- يشرح المفاهيم الأساسية لجودة الخدمة والمكانة الذهنية للخدمات , وتسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون (CRM) ..
a3- يذكر عناصر واستراتيجيات المزيج التسويقي للخدمات.
b1- يحلل نماذج جودة الخدمة , وتطبيق تسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون في المنظمات الخدمية
b2- يشرح عناصر المزيج التسويقي الخدمي واستراتيجيات تسويق الخدمات.
c1- يتابع عملية تطبيق إدارة علاقات الزبون CRM , وتطوير جودة الخدمة ..
c2- يطبق عناصر المزيج التسويقي الخدمي في منظمات الخدمة ..
c3- يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها.
d1- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بتسويق الخدمة..
d2- يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..
d3- يكتب التقارير الإدارية باللغة العربية والإنجليزية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.

مواصفة 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 والفهم بالمبادئ والنظريات والمفاهيم التسويقية المطبقة في بيئة الأعمال.	a1- يعرف المبادئ الأساسية لتسويق الخدمات, وأهميتها
A3- يظهر المعرفة والفهم بأساليب وطرق وبرامج الإتصالات التسويقية المناسبة للأسواق	a2- يشرح المفاهيم الأساسية لجودة الخدمة والمكانة الذهنية للخدمات , وتسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون (CRM).
A3- يظهر المعرفة والفهم بأساليب وطرق وبرامج الإتصالات التسويقية المناسبة للأسواق	a3- يذكر عناصر واستراتيجيات المزيج التسويقي للخدمات.
B2. يحدد الطرق والأساليب الممكن استخدامها للوصول إلى المستهلكين والمشتريين لتحقيق الأهداف التسويقية للمنشأة.	b1- يحلل نماذج جودة الخدمة , وتطبيق تسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون في المنظمات الخدمية
B4. يقيم الاستراتيجيات التسويقية والبيعية التي تستخدمها الشركات في الواقع العملي.	b2- يشرح عناصر المزيج التسويقي الخدمي واستراتيجيات تسويق الخدمات.
C1. يوظف النظريات والاستراتيجيات التسويقية, في معالجة المشكلات التسويقية في البيئة المحلية.	c1- يتابع عملية تطبيق إدارة علاقات الزبون CRM , وتطوير جودة الخدمة .
C2. يعد الخطط والبرامج التسويقية والبيعية للأسواق الحالية والمستهدفة المحلية والخارجية.	c2- يطبق عناصر المزيج التسويقي الخدمي في منظمات الخدمة.
C2. يعد الخطط والبرامج التسويقية والبيعية للأسواق الحالية والمستهدفة المحلية والخارجية.	c3- يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها.
D3. يستخدم تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال والتواصل في مجال التسويق والبيع الشخصي	d1- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بتسويق الخدمة.
D2. يلتزم بالقيم الأخلاقية المهنية في عملية التسويق, بعيداً عن وسائل الخداع التسويقي.	d2- يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..



D3. يستخدم تكنولوجيا المعلومات في عمليات الاتصال والتواصل في مجال التسويق والبيع الشخصي	يكتب التقارير الإدارية باللغة العربية والإنجليزية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة	-d3
---	--	-----

مواصفة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم			
Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies			
أولاً: مواصفة 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"> - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفهية 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات • العروض الإيضاحية (الباور بوينت). • الحوار والمناقشة. • الحالات العملية . - حل المشكلات 	يعرف المبادئ الأساسية لتسويق الخدمات, وأهميتها	- a1
<ul style="list-style-type: none"> - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفهية 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات • العروض الإيضاحية (الباور بوينت). • الحوار والمناقشة. • الحالات العملية . - حل المشكلات 	يشرح المفاهيم الأساسية لجودة الخدمة والمكانة الذهنية للخدمات , وتسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون (CRM).	- a2
<ul style="list-style-type: none"> - الامتحانات القصيرة - تقييم العروض التقديمية - تقييم التقارير والتكاليف والأنشطة - الامتحانات الشفهية 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات • العروض الإيضاحية (الباور بوينت). • الحوار والمناقشة. • الحالات العملية . - حل المشكلات 	يذكر عناصر المزيج التسويقي للخدمات .	-a3
ثانياً: مواصفة 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"> • الاختبارات الفصلية . • الاختبارات المفاجئة . • تحليل الحالات . • تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. • الاختبار النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات والعروض الإيضاحية (الباور بوينت) • الحوار والمناقشة. • الحالات العملية . • وحل المشكلات 	يحلل نماذج جودة الخدمة , وتطبيق تسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون في المنظمات الخدمية	-b1



<ul style="list-style-type: none"> • الاختبارات الفصلية . • الاختبارات المفاجئة . • تحليل الحالات . • تقييم التقارير والبحوث • والتكاليف والواجبات. • الاختبار النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات • والعروض الإيضاحية (الباوربوينت) • الحوار والمناقشة. • الحالات العملية . • وحل المشكلات 	<p>يشرح عناصر المزيج التسويقي الخدمي واستراتيجيات تسويق الخدمات.</p>	- b2
--	--	--	------

ثالثاً: موازنة 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"> • الملاحظة الشخصية • تقييم البحوث والواجبات ومناقشتها. • الاختبارات التحريرية والتطبيقية 	<ul style="list-style-type: none"> • التدريبات العملية. • العرض المرئي وإدارة الحوار • التعليم من خلال المجموعات • حل المشكلات • تمثيل الأدوار 	<p>يتابع عملية تطبيق إدارة علاقات الزبون CRM, . وتطوير جودة الخدمة .</p>	-c1
<ul style="list-style-type: none"> • الملاحظة الشخصية • تقييم البحوث والواجبات ومناقشتها. • الاختبارات التحريرية والتطبيقية 	<ul style="list-style-type: none"> • التدريبات العملية. • العرض المرئي وإدارة الحوار • التعليم من خلال المجموعات • حل المشكلات • تمثيل الأدوار 	<p>يطبق عناصر المزيج التسويقي الخدمي في منظمات الخدمة .</p>	-c2
<ul style="list-style-type: none"> • الملاحظة الشخصية • تقييم البحوث والواجبات ومناقشتها. • الاختبارات التحريرية والتطبيقية 	<ul style="list-style-type: none"> • التدريبات العملية. • العرض المرئي وإدارة الحوار • التعليم من خلال المجموعات • حل المشكلات • تمثيل الأدوار 	<p>يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها</p>	c3

رابعاً: موازنة 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	
<ul style="list-style-type: none"> • تقويم المناقشات الجماعية. • - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب. • - تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقارير. • الملاحظة الشخصية 	<ul style="list-style-type: none"> • حل المشكلات. • كتابة التقارير • التطبيق العملي . • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة . • العرض المرئي 	<p>يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بتسويق الخدمة.</p>	-d1



• المناقشة المستمرة			
• تقويم المناقشات الجماعية. • - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب. • - تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقرير. • الملاحظة الشخصية • المناقشة المستمرة	• حل المشكلات. • كتابة التقارير • التطبيق العملي . • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة . • العرض المرئي	يمتلك مهارات الاتصال الفعال , وإدارة الوقت بفاعلية..	-d2
• تقويم المناقشات الجماعية. • - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب. • تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقرير. • الملاحظة الشخصية • المناقشة المستمرة	• حل المشكلات. • كتابة التقارير • التطبيق العملي . • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة . • العرض المرئي	يكتب التقارير الإدارية باللغة العربية والإنجليزية 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, ,c1,d1,d3	3	1	أهمية الخدمات في الاقتصاد: مفهوم وطبيعة الخدمات: تصنيف الخدمات: خصائص الخدمات:	المقدمة في الخدمات	1
a1,b1,c1,d1,d3	3	1	مثلث تسويق الخدمة: نظام الخدمة: المزيج التسويقي للخدمات:.	مدخل إلى تسويق الخدمات	2
	3	1	جودة الخدمة : مراقبة جودة الخدمة:	جودة الخدمات والمكانة	3



a1,a2, b1, , c1, ,d1,d3			المكانة الذهنية للخدمات: دور الإنترنت في تعزيز المكانة الذهنية.	الذهنية للخدمات	
a1,a2,b1, ,c1, ,d1,d2,d3	٦	٢	إدارة علاقات الزبون: المفاهيم المرتبطة بمفهوم إدارة علاقات الزبون: أسس تطبيق مفهوم تسويق العلاقة في المنظمات الخدمية: متطلبات تطبيق CRM	تسويق العلاقة	4
a1,a3, ,b2, , c2,d1,d3	٣	٢	• مفهوم المنتج الخدمي: • إدارة المنتجات الخدمية: تصميم وتطوير الخدمات الجديدة:	المنتج الخدمي	5
a1,a3, ,b2, , c2,d1,d3	٣	١	• مفهوم السعر • أهداف تسعير الخدمات.. • السياسات السعرية في القطاع الخدمي: • مراحل تحديد الاسعار: استراتيجيات تسعير الخدمات.	تسعير الخدمات	6



a1,a3, ,b2, , c2,d1,d3	٣	١	• التوزيع: المفهوم والأبعاد: قنوات التوزيع: • دور اعضاء القناة التوزيعية ومعوقات العمل: التوزيع المادي :	توزيع الخدمات	7
a1,a3, ,b2, , c2,d1,d3	٢	٢	• اتصالات التسويق المتكاملة: • اتصالات التسويق المتكاملة للخدمات: • ترويج الخدمات: المزيج الترويجي للخدمات	ترويج الخدمات	8
a1,a3, ,b2, , c2,d1,d3	٦	٢	• الناس: مقدمي الخدمة. • الدليل المادي. - العمليات	عناصر المزيج التسويقي المضافة للخدمة	9
===	42	14	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 الادوارالحوار والمناقشة	

vi. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No



a1,a2,b1, b2,c1,c2,d1,d 3	W3,6,10	10	الواجبات والتكاليف المنزلية	١
a1,a2,b1,b2, c1,c2,c3,d1,d 3	W3,12	5	عرض الموضوع محضر	٢
a1,a2,b1,b2, c1,c2,d1,d3	Weekly	5	الحوار والمشاركة التفاعلية في القاعة	٣
===	==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

.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, b1,b2,c1,c2,d1,d3	%20	20	3,6,10, 12	الأنشطة والتكاليف	١
a1,a2,b1,b2,c1,c2, d1,d3	15%	15	8	اختبار تحريري نصفي	٢
جميع مخرجات التعلم	%٦٠	٦٠	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	٣
===	100%	100	Total	الإجمالي	

مصادر التعلم Learning Resources:	
١. المراجع الرئيسية Required Textbook(s): • محمود الصميدعي, وردينة عثمان, تسويق الخدمات, ٢٠١٤, دار المسيرة للطباعة والنشر, عمان الأردن..	
٢. المراجع المساندة Essential References: • هاني الضمور, تسويق الخدمات, ٢٠١٥, الطبعة ٦, دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع, عمان الأردن. • زكي خليل المساعد, ٢٠١٠, تسويق الخدمات وتطبيقاته, دار المناهج للنشر والتوزيع, عمان الأردن.	
٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت etc. ... 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.	



٢	- يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم. <u>الحضور المتأخر Tardy:</u>
٣	- 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. <u>ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality:</u>
٤	- 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. <u>التعيينات والمشاريع Assignments & Projects:</u>
٥	- 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. <u>الغش Cheating:</u>
6	- 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. <u>الانتحال Plagiarism:</u>
7	- في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك <u>سياسات أخرى Other policies:</u>
	- أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ



خطة مقرر: تسويق خدمات

i. معلومات عن أستاذ المقرر						
Information about Faculty Member Responsible for the Course						
الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours						الإسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.
			3			البريد الإلكتروني E-mail

ix. معلومات عامة عن المقرر					
:General information about the course					
تسويق الخدمات			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 الثاني			المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	٤	
مبادئ تسويق			المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	٥	
			المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	٦	
برنامج بكالوريوس تسويق			البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	٧	
العربية			لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	٨	
الفصل الدراسي			نظام الدراسة Study System	٩	
د.عبدالكريم الدعيس			معد (و) مواصفات المقرر Prepared By	١٠	
			تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval	١١	



x. وصف المقرر Course Description:

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم العامة لعملية تسويق الخدمات حيث يوضح أنواع الخدمات ومجالاتها، مزايا الخدمات مقارنة مع السلع وتأثير ذلك على عملية التسويق، كما يوضح عناصر المزيج التسويقي الخدمي ويلقي الضوء على عمليات تسعير وترويج وتقديم الخدمات وما تحتويه من فروق بينها وبين السلع، كما يلقي الضوء على قياس وإدارة جودة الخدمة، ورضا العميل. وبعض التطبيقات التسويقية في مجال الخدمات.

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

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادراً على أن:
- a1- يعرف المبادئ الأساسية لتسويق الخدمات، وأهميتها .
 - a2- يشرح المفاهيم الأساسية لجودة الخدمة والمكانة الذهنية للخدمات، وتسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون (CRM) ..
 - a3- يذكر عناصر واستراتيجيات المزيج التسويقي للخدمات.
 - b1- يحلل نماذج جودة الخدمة، وتطبيق تسويق العلاقة وإدارة علاقات الزبون في المنظمات الخدمية
 - b2- يشرح عناصر المزيج التسويقي الخدمي واستراتيجيات تسويق الخدمات.
 - c1- يتابع عملية تطبيق إدارة علاقات الزبون CRM، وتطوير جودة الخدمة ..
 - c2- يطبق عناصر المزيج التسويقي الخدمي في منظمات الخدمة ..
 - c3- يشارك في تصميم نظام المعلومات التسويقية للمنظمة التي يعمل فيها.
 - d1- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بتسويق الخدمة..
 - d2- يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية..
 - d3- يكتب التقارير الإدارية باللغة العربية والإنجليزية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.

xii. موضوعات محتوى المقرر Course Content

أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

الاسبوع Week	الساعات الفعلية Contact Hours	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
w 1	3	أهمية الخدمات في الاقتصاد: مفهوم وطبيعة الخدمات: تصنيف الخدمات: خصائص الخدمات:	المقدمة في الخدمات	1
w2	3	● مثلث تسويق الخدمة: ● نظام الخدمة: ● المزيج التسويقي للخدمات..	مدخل إلى تسويق الخدمات	2
w3	3	● جودة الخدمة : ● مراقبة جودة الخدمة: ● المكانة الذهنية للخدمات: ● دور الإنترنت في تعزيز المكانة الذهنية.	جودة الخدمات والمكانة الذهنية للخدمات	3
w4	6	● إدارة علاقات الزبون:	تسويق العلاقة	4



	w5	<ul style="list-style-type: none">المفاهيم المرتبطة بمفهوم إدارة علاقات الزبون:أسس تطبيق مفهوم تسويق العلاقة في المنظمات الخدمية:متطلبات تطبيق CRM .		
6	w6 w7	<ul style="list-style-type: none">مفهوم المنتج الخدمي:إدارة المنتجات الخدمية:تصميم وتطوير الخدمات الجديدة:	المنتج الخدمي	5
3	w8			6
3	w9	<ul style="list-style-type: none">مفهوم السعرأهداف تسعير الخدمات..السياسات السعرية في القطاع الخدمي:مراحل تحديد الاسعار:استراتيجيات تسعير الخدمات.	تسعير الخدمات	7
6	w10 w11	<ul style="list-style-type: none">التوزيع: المفهوم والأبعاد:قنوات التوزيع:دور اعضاء القناة التوزيعية ومعوقات العمل:التوزيع المادي :	توزيع الخدمات	7
2	w12 w13	<ul style="list-style-type: none">اتصالات التسويق المتكاملة:اتصالات التسويق المتكاملة للخدمات:ترويج الخدمات:المزيج الترويجي للخدمات	ترويج الخدمات	8
6	w14 w 15	<ul style="list-style-type: none">الناس: مقدمي الخدمة.الدليل المادي.- العمليات	عناصر المزيج التسويقي المضافة للخدمة	9
2	w16	<ul style="list-style-type: none">امتحان نهائي		
42	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 الادوارالحوار والمناقشة	



xiii. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments			
أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
W3,6,10	10	الواجبات والتكليف المنزلية	١
W3,12	5	عرض الموضوع محضر	٢
Weekly	5	الحوار والمشاركة التفاعلية في القاعة	٣
==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

xiv. تقييم التعلم :Learning Assessment				
نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
%20	20	3,6,10,12	الأنشطة والتكليف	١
15%	15	8	اختبار تحريري نصفي	٢
%٦٠	٦٠	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	٣
100%	100	Total	الإجمالي	

مصادر التعلم :Learning Resources	
١. المراجع الرئيسية (Required Textbook(s) : لا تزيد عن مرجعين)	
• محمود الصميدعي, وردينة عثمان, تسويق الخدمات, ٢٠١٤, دار المسيرة للطباعة والنشر, عمان الأردن..	
٢. المراجع المساندة :Essential References	
• هاني الضمور, تسويق الخدمات, ٢٠١٥, الطبعة ٦, دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع, عمان الأردن.	
• زكي خليل المساعد, ٢٠١٠, تسويق الخدمات وتطبيقاته, دار المناهج للنشر والتوزيع, عمان الأردن.	
٣. المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.	
توجيه الطلبة بالرجوع لمواقع مرتبطة بموضوعات المقرر في الإنترنت.	

xv. 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 تقريرا 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 شفويا 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.	
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 التكاليف الذي تأخر في تسليمه.	٤
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 للتكاليف.	٥
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



جامعة صناعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الاعمال
برنامج التسويق

رئيس الجامعة
د/القاسم العباس

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة
د/هدى العماد

عميد الكلية
د/مشعل الريفي

نائب العميد لشئون الجودة
د/ناصر الطويل

رئيس القسم
د/فضل المحمودي