


<b>Petra University</b>		جامعة البترا
<b>Faculty of Administrative And Financial Sciences</b>		كلية العلوم الإدارية والمالية
<b>Marketing Department</b>		قسم التسويق
<b>Year:</b>	السنة الدراسية:	<b>Term:</b> الفصل الدراسي:
<b>Syllabus</b> خطة المقرر		

<b>Course Title</b>	ادارة التسعير	اسم المقرر
<b>Course Number</b>	306306	رقم المقرر
<b>Prerequisite Course</b>	ادارة التسويق	المتطلب السابق

<b>Course Objectives</b>	أهداف وغايات المقرر
يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:	
1. تعريف الطالب بمهية السعر.	
2. تعريف الطالب بأهداف التسعير.	
3. تعريف الطالب بالعوامل المؤثرة في عملية التسعير.	
4. تعريف الطالب بخطوات التسعير وبناء إستراتيجيات التسعير	

<b>Learning Outcomes (knowledge and skills )</b>	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادرا على:	
1. إكتساب مهارات تحليلية في تشخيص مشاكل عملية التسعير.	
2. إكتساب مهارات حل المشاكل التسعيرية.	
3. إكتساب مهارات تحليل البيئة التسويقية المؤثرة على التسعير.	
4. إكتساب مهارات تمكنه من إختيار الإستراتيجية التسعيرية المناسبة.	

<b>Course content</b> محتوى المقرر		
Week	الأسبوع	
1 <sup>st</sup> week	التعريف بالمساق ومناقشة الخطة.	
2 <sup>nd</sup> week	الفصل الأول : طبيعة السعر وأهميته: 1. مفهوم السعر. 2. أهمية السعر.	
3 <sup>rd</sup> week	الفصل الثاني : السعر والمزيج التسويقي. 1. دور السعر في المزيج التسويقي. 2. العلاقة بين السعر وعناصر المزيج التسويقي الأخرى.	

4 <sup>th</sup> week	الفصل الثالث: خطوات التسعير 1. تحليل البيئة التسويقية. 2. العوامل المؤثرة على قرارات التسعير. 3. تحديد السعر.	الأسبوع الرابع
5 <sup>th</sup> week	الفصل الرابع: التحليل الإقتصادي لأنواع الأسواق. 1. التسعير في ظل سوق المنافسة التامة. 2. التسعير في ظل سوق الإحتكار التام.	الأسبوع الخامس
6 <sup>th</sup> week	3. التسعير في ظل سوق المنافسة الإحتكارية. 4. التسعير في ظل سوق إحتكار القلة.	الأسبوع السادس
7 <sup>th</sup> week	الفصل الخامس: أهداف التسعير. 1. الأهداف الموجهة نحو الربحية. 2. الأهداف الموجهة نحو الحجم. 3. أهداف المحافظة على الوضع الراهن.	الأسبوع السابع
8 <sup>th</sup> week	الفصل السادس: مدخل التسعير على أساس الكلفة. 1. أنواع التكاليف. 2. أهمية الكلفة في تحديد السعر. 3. هيكل الكلفة. 4. العوامل المؤثرة في هيكل الكلفة.	الأسبوع الثامن
9 <sup>th</sup> week	5. التنبؤ بالتكاليف. 6. عيوب مدخل الكلفة 7. طرق التسعير على أساس الكلفة. 8. التسعير ونقطة التعادل,	الأسبوع التاسع
10 <sup>th</sup> week	الفصل السابع: التسعير على أساس المنافسة. 1. منافع التسعير على أساس المنافسة. 2. تصنيف المنافسين. 3. ظروف إستخدام مدخل المنافسة. 4. أشكال التسعير على أساس المنافسة. 5. التنبؤ بالسلوك التسعيري للمنافسين.	الأسبوع العاشر
11 <sup>th</sup> week	الفصل الثامن: التسعير على أساس الطلب. 1. السعر ومرونة الطلب. 2. أهمية التسعير على أساس الطلب.	الأسبوع الحادي عشر
12 <sup>th</sup> week	3. تحديد السعر باستخدام دالة الطلب. 4. مستويات الطلب ونقطة التعادل.	الأسبوع الثاني عشر
13 <sup>th</sup> week	مدخل التسعير على أساس القيمة. 1. أهمية خلق القيمة. 2. التسويق نظام لخلق القيمة. 3. سلسلة القيمة. 4. تسعير القيمة.	الأسبوع الثالث عشر

14 <sup>th</sup> week	إستراتيجيات التسعير	الأسبوع الرابع عشر
15 <sup>th</sup> week	إستراتيجيات التسعير	الأسبوع الخامس عشر
16 <sup>th</sup> week	الامتحانات النهائية	الأسبوع السادس عشر

Teaching and Learning Methods أساليب التدريس		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides		2- الشفائيات
3- Practical Exercises	Yes	3- التطبيقات العملية
4- Field Visits		4- الزيارات الميدانية
5- Research		5- البحوث
6- Others		6- أخرى

Assessment Tools وسائل التقييم:		
Examinations		الاختبارات
First Exam	20%	الاختبار الأول
Second Exam.	20%	الاختبار الثاني
Final Exam.	50%	الاختبار النهائي
Homework and participation.	10%	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Textbook and Supporting Material المرجع الأساسي والمراجع الإضافية		
1- Text Book المرجع الأساسي الموصى به		
Authors:	علي الجياشي	المؤلف
Title:	التسعير - مدخل تسويقي	عنوان الكتاب
Editor:	دار وائل للنشر - عمان	الناشر
Year of Edition:	2004	سنة النشر
2- Other Books مراجع أخرى		
Authors:	حميد الطائي و بشير العلاق	المؤلف
Title:	تطوير المنتجات وتسعيرها	عنوان الكتاب
Editor:	دار اليازوري - عمان	الناشر
Year of Edition:	2008	سنة النشر
Research Journal		3- المجلات العلمية

Important Dates: تواريخ هامة:		
Evaluation Method & Scheme		نوع التقييم
First Exam.	الاسبوع السادس	الاختبار الأول
Second Exam.	الاسبوع الثاني عشر	الاختبار الثاني

Final Exam.	في نهاية الفصل	الاختبار النهائي
Homework and participation	تحدد في حينها	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Instructor عضو هيئة التدريس		
Name:		الاسم:
Office Number and Telephone:		رقم المكتب والهاتف:
E- mail:		البريد الإلكتروني:
Office Hours:		الساعات المكتبية:

<p>1. يلتزم الطالب بحضور كافة المحاضرات وحسب الجدول الدراسي ويسمح له بالغياب بعذر أو بدون عذر بما لا يزيد عن (7) ساعات. إن أي تجاوز للنسبة المسموح بها للغياب سيعرض الطالب للحرمان وتعطى له علامة (FA) في حال عدم توفر عذر مقبول من قبل المدرس وعمادة الكلية.</p> <p>2. يلتزم الطالب بتقديم الاختبارات والامتحانات وتقارير البحوث وأية مهام صافية أو منزلية يتم تكليفه بها في المواعيد المحددة.</p> <p>3. يستطيع الطالب مراجعة مدرس المقرر خلال الساعات المكتبية للحصول على مساعدة إضافية فيما يتعلق بالمواضيع التي تمت مناقشتها داخل الصف.</p> <p>4. هنالك مراجع رئيسة وثانوية للمقرر على الطالب الرجوع لها لزيادة تحصيله العلمي.</p> <p>5. لتعزيز الجانب المهاري، سيتم عرض ومناقشة حالات دراسية وتمارين مختلفة.</p> <p>6. كوسيلة لمساعدة الطالب، يمكن للطالب الرجوع إلى برنامج التعليم الإلكتروني، علماً بأن الملخصات الموجودة على الموقع لا تغني عن المرجع الرئيسي للمادة.</p>	سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم
---	--------------------------------------