


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

Course Title	تسويق الخدمات	اسم المقرر
Course Number	306204	رقم المقرر
Prerequisite Course	مبادئ التسويق	المتطلب السابق

Course Objectives	أهداف وغايات المقرر
	يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:
	1. تعريف الطلبة بمفهوم تسويق الخدمات وأهميته
	2. تعريف الطلبة بمدى اختلاف تسويق الخدمات عن تسويق السلع
	3. التركيز على قطاع الخدمات ومراحل نشوئه وتصنيفه وخصائصه
	4. التعرف على خصائص الخدمات
	5. التعرف على المزيج التسويقي للخدمات
	6. التعرف على دورة حياة الخدمة وتحديد مكانة الخدمة في السوق
	7. التعرف على جودة الخدمة

Learning Outcomes (knowledge and skills)	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
	بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادراً على:
	1. توظيف المعرفة النظرية في تسويق الخدمات على الواقع العملي
	2. تمييز قطاع الخدمات عن القطاع السلعي
	3. فهم عناصر المزيج التسويقي التي تميز قطاع الخدمات
	4. دراسة وتحليل الحالات المختلفة
	5. إعداد التقارير النظرية والميدانية

Course content		محتوى المقرر
Week	الأسبوع	
1 st week	عرض الخطة من حيث:	الأسبوع الأول
	1. مفردات المادة	
	2. مراجع المادة	
	3. وسائل تقييم المادة وتوزيع العلامات	

2 nd week	مقدمة في صناعة الخدمات 1. تعريف الخدمات 2. دور الخدمات في الاقتصاد 3. خصائص الخدمات	الأسبوع الثاني
3 rd week	تصنيف الخدمات 1. أهمية تصنيف الخدمات 2. كيفية تصنيف الخدمة	الأسبوع الثالث
4 th week	سلوك المشتري للخدمات 1. مقارنة بين السلوك الشرائي للخدمات والسلوك الشرائي للسلع 2. الخيارات المتاحة من الخدمات 3. دوافع الشراء والحاجات للخدمات	الأسبوع الرابع
5 th week	استراتيجية تسويق الخدمات 1. مفهوم التخطيط الاستراتيجي 2. إجراءات التخطيط التسويقي 3. تطوير إستراتيجية التسويق 4. المزيج التسويقي للخدمات	الأسبوع الخامس
6 th week	تطوير المكانة الذهنية للخدمات 1. مفهوم المكانة الذهنية 2. قياس المكانة الذهنية 3. إعادة تحديد المكانة الذهنية	الأسبوع السادس
7 th week	(الامتحان الاول)	
8 th week	الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية 1. مفهوم حزمة الخدمة 2. التمييز بين الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية 3. تصنيف الخدمات التكميلية 4. تحويل الخدمات التكميلية إلى أساسية	الأسبوع السادس
9 th week	الفص الابتكار وتطوير الخدمات الجديدة 1. تطوير الخدمة الجديدة 2. ابتكار الخدمات 3. مراحل تطوير وابتكار الخدمة 4. تبني الاختراعات	الأسبوع الثامن
10 th week	قرارات وسياسات التسعير للخدمات 1. تأثير خصائص الخدمات على تسعيرها 2. الأهداف الاستراتيجية التسعيرية 3. التسعير والاستراتيجية التسويقية 4. طرق تسعير الخدمات 5. السياسات والتكتيكات السعيرية للخدمات	الأسبوع التاسع
11 th week	قرارات وسياسات الاتصال الترويجي 1. عملية الاتصال الترويجي 2. أهداف الترويج 3. المزيج الترويجي	الأسبوع العاشر
12 th week	(الامتحان الثاني)	

13 th week	قرارات وسياسات التوزيع: 1. هيكل توزيع الخدمات. 2. رق توزيع الخدمات 3. أشكال قنوات التوزيع. 4. بدائل استراتيجيات التوزيع 5. الابتكارات والتطويرات الجديدة في التوزيع الخدمي.	الأسبوع الحادي عشر
14 th week	الجودة والخدمات: 1. تعريف جودة الخدمة. 2. عناصر وأبعاد جودة الخدمة	الأسبوع الثاني عشر
15 th week	3. تطوير جودة الخدمة. 4. معايير الجودة. 5. إدارة توقعات العملاء	الأسبوع الثالث عشر
16 th week	الجمهور والخدمات 1. دور العاملين في تسويق الخدمات 2. دور العملاء في تسويق الخدمات 3. استراتيجيات إدارة العملاء	الأسبوع الرابع عشر
	الدليل المادي للخدمة 1. دور الدليل المادي في تسويق الخدمات 2. ادارة الدليل المادي 3. تصميم البيئة المثالية	الأسبوع الخامس عشر
	العمليات والخدمات 1. الطبيعة الديناميكية لعملية الخدمة 2. تنفيذ النماذج الفعالة للخدمات	الأسبوع السادس عشر

أساليب التدريس Teaching and Learning Methods		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides		2- الشفائيات
3- Practical Exercises		3- التطبيقات العملية
4- Field Visits		4- الزيارات الميدانية
5- Research		5- البحوث
6- Others	Yes	6- أخرى
وسائل التقييم: Assessment Tools		
Examinations		الاختبارات
First Exam	25%	الاجتبار الأول
Second Exam.	25%	الاجتبار الثاني
Final Exam.	50%	الاجتبار النهائي
Homework and participation.		الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Textbook and Supporting Material المرجع الأساسي والمراجع الإضافية		
1- Text Book		1- المرجع الأساسي الموصى به
Authors:	هاني الضمور	المؤلف
Title:	تسويق الخدمات	عنوان الكتاب
Editor:	دار وائل	الناشر
Year of Edition:	2009	سنة النشر
2- Other Books		2- مراجع أخرى
Authors:	محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف.	المؤلف
Title:	تسويق الخدمات	عنوان الكتاب
Editor:	دار المسيرة	الناشر
Year of Edition:	2010	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>	<p>سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم</p>
--	---