Republic of Yemen

الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

مواصفات مقرر: تسويق الخدمات

صنعاء 2016

Republic of Yemen

الجمهورية اليمنية

كلية:	توصيف مقرر: سلوك المستهلك	قسم: التسويق

أولا: المعلومات العامة عن المقرر: سلوك المستهلك						
1.	اسم المقرر:	تسويق الخدمات				
2.	رمز المقرر ورقمه:					
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب	الإجمالي
		3				3
4.	المستوى والفصل الدراسي:	االثالث– الفصل الاول				
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):					
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	مبادئ التسويق				
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج ادارة التسويق				
8.	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية				
9.	نظام الدراسة:	التعليم عن بعد				
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:					
11.	مكان تدريس المقرر:	الحرم الجامعي				
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	د. جبر عبد القوي السنباني				
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2016م				

ثانيا: وصف المقرر:

يدرس هذا المقرر خصائص الخدمات، الفروق الاستراتيجية في تسويق السلع مقارنة بالخدمات، قياس وإدارة جودة الخدمة، ورضا العميل. ويهتم هذا المقرر بتحقيق التكامل في التسويق، الموارد البشرية، والعمليات داخل نظام الخدمة. ويزود هذا المقرر الطلاب بالمعرفة المطلوبة لتنفيذ والمحافظة على استراتيجيات خدمة مربحة.

ثالثا: مخرجات التعلم:

يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:

Aالمعرفة والفهم

1. معرفة المزيج التسويقي الموسع بالنسبة للخدمات وفلسفة التركيز على العميل.
2. التعرف دور الموظفين (وغالبا العملاء) في تقديم الخدمات ، رضا العميل وتصحيح وضع الخدمة.
3. تحقيق التوافق بين الخدمة ومواصفات التصميم من أجل الوفاء باحتياجات العميل.

Bالمهارات الذهنية

1. توضيح دور وأهمية الخدمات في الاقتصاد العالمي.
2. توضيح التحديات الهامة في مجال تسويق وإدارة الخدمات
3. يفرق بين تسويق الخدمات وتسويق السلع

Cالمهارات العملية المهنية

1. القدرة على ممارسة التسويق في الشركات الخدمية
2. القدرة على تقديم خدمات تلبي حاجات ورغبات العملاء
3. الاهتمام بالعميل وتنويع الخدمات

Dالمهارات العامة

1. التواصل الشفهيِّ والكتابي بشكلٍ فعَّال مع البيئة المحيطة.
2. التصرف بشكل أخلاقي والالتزام بالقيم الأخلاقية العالية على النطاق الشخصي والاجتماعي.
3. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجةِ.

رابعا: مواءمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
• معرفة المزيج التسويقي الموسع بالنسبة للخدمات وفلسفة التركيز على العميل. • التعرف دور الموظفين (وغالبا العملاء) في تقديم الخدمات ، رضا العميل وتصحيح وضع الخدمة. • تحقيق التوافق بين الخدمة ومواصفات التصميم من أجل الوفاء باحتياجات العميل.	• المحاضرات • المناقشة الجماعية • التمارين اثناء المحاضرات وحلها لمعرفة الطالب المتابع والفاهم من غيره.	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية.

خامسا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
• توضيح دور وأهمية الخدمات في الاقتصاد العالمي. • توضيح التحديات الهامة في مجال تسويق وإدارة الخدمات • يفرق بين تسويق الخدمات وتسويق السلع	المحاضرات التقارير المنزلية للطالب المناقشة الجماعية	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية

سادسا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
• القدرة على ممارسة التسويق في الشركات الخدمية • القدرة على تقديم خدمات تلبي حاجات ورغبات العملاء • الاهتمام بالعميل وتنويع الخدمات	المحاضرات المناقشة الجماعية البروجكتر	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية

سابعا: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:		
مخرجات المقرر/ العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
• التواصل الشفهيّ والكتابي بشكلٍ فعَّال مع البيئة المحيطة. • التصرف بشكل أخلاقي والالتزام بالقيم الأخلاقية العالية على النطاق الشخصي والاجتماعي. • العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجةِ.	المناقشة الجماعية الابحاث بروجكتر محاضرات	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية

ثامنا: موضوعات المقرر الرئيسة والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

الرقم	المواضيع	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	المخرجات
1	مبادئ التسويق الخدمي مفهوم التسويق المنتجات الخدمية	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D1.D2.
2	تسعير المنتجات الخدمية ترويج الخدمات تقديم المنتجات	1	3	A1,A2.,B1,B2.B3C1.C2..C3D1.D2
3	بحوث التسويق قياس الظواهر في بحوث التسويق تطبيقات تسويق المنتجات	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D
4	تسويق الخدمات المصرفية	1	3	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.

	تسويق الخدمات الصحية			C2.C3.D1.D .2.D3
	تسويق الخدمات التامينية تسويق الخدمات المرورية التسويق الدولي	1	3	A1,A2A3.,B 1,B2.B3C1. C2.C3.D1.D .2.D3
	إجمالي الأسابيع والساعات	**5**	**15**	

تاسعا: استراتيجية التدريس:

محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية
مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التعيينات والتكليفات:

الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	**حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي**	**جميع المخرجات**	**نهاية كل وحدة موضوعية**	**10 درجات بنسبة 10%**

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	**التكاليف**	**جميع الأسابيع**	**10**	**%10**	**جميع المخرجات**
2	**الأنشطة**	**جميع الأسابيع**	**10**	**%10**	**جميع المخرجات**
3	**الاختبار النصفي**	**الأسبوع 3**	**20**	**%20**	**جميع المخرجات**
4	**الاختبار النهائي**	**الأسبوع الأخير**	**60**	**%60**	**جميع المخرجات**
	المجموع		**100**	**%100**	

الحادي عشر: مصادر التعلم:

المرجع الرئيس

زكي خليل المساعد،تسويق الخدمات وتطبيقاته،ط2/عمان ، دار المناهج،2015م

المراجع المساعدة

مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)
1- المجلات والدوريات والمواقع الإلكترونية.

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
.1	الحضور والغياب: كما في اللائحة .لشؤون الطلاب
.2	الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة اذا تكرر حضوره المتأخر اكثر من مرة.
.3	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
.4	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
.5	الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
.6	الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
.7	سياسات أخرى:

خطة مقرر: تسويق الخدمات

I. معلومات عن مدرس المقرر:							
الاسم	د. جبر عبد القوي السنباني	الساعات المكتبية (3/ أسبوعيا)					
المكان ورقم الهاتف		السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس
البريد الإلكتروني							

II. معلومات عامة عن المقرر:						
1.	اسم المقرر:	تسويق الخدمات				
2.	رمز المقرر ورقمه:					
3.	الساعات المعتمدة للمقرر:	الساعات				المجموع
		نظري	سمنار	عملي	تدريب	
		3				3
4.	المستوى والفصل الدراسي:	المستوى الثالث الفصل الثاني				
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):	لا يوجد				
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):					
7.	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:	بكالريوس تسويق				
8.	لغة تدريس المقرر:	قاعات قسم التسويق				
9.	مكان تدريس المقرر:	د. جبر عبد القوي السنباني أ				

ثانيا: وصف المقرر:

يدرس هذا المقرر خصائص الخدمات، الفروق الاستراتيجية في تسويق السلع مقارنة بالخدمات، قياس وإدارة جودة الخدمة، ورضا العميل. ويهتم هذا المقرر بتحقيق التكامل في التسويق، الموارد البشرية، والعمليات داخل نظام الخدمة. ويزود هذا المقرر الطلاب بالمعرفة المطلوبة لتنفيذ والمحافظة على استراتيجيات خدمة مربحة.

ثالثا: مخرجات التعلم:

يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:

Aالمعرفة والفهم

4. معرفة المزيج التسويقي الموسع بالنسبة للخدمات وفلسفة التركيز على العميل.
5. التعرف دور الموظفين (وغالبا العملاء) في تقديم الخدمات ، رضا العميل وتصحيح وضع الخدمة.
6. تحقيق التوافق بين الخدمة ومواصفات التصميم من أجل الوفاء باحتياجات العميل.

Bالمهارات الذهنية

4. توضيح دور وأهمية الخدمات في الاقتصاد العالمي.
5. توضيح التحديات الهامة في مجال تسويق وإدارة الخدمات
6. يفرق بين تسويق الخدمات وتسويق السلع

Cالمهارات العملية المهنية

4. القدرة على ممارسة التسويق في الشركات الخدمية
5. القدرة على تقديم خدمات تلبي حاجات ورغبات العملاء
6. الاهتمام بالعميل وتنويع الخدمات

Dالمهارات العامة

4. التواصل الشفهيِّ والكتابي بشكلٍ فعَّال مع البيئة المحيطة.
5. التصرف بشكل أخلاقي والالتزام بالقيم الأخلاقية العالية على النطاق الشخصي والاجتماعي.
6. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجةِ.

ثامنا: موضوعات المقرر الرئيسة والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

الرقم	المواضيع	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	المخرجات
1	مبادئ التسويق الخدمي مفهوم التسويق المنتجات الخدمية	1	9	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D1.D2.
2	تسعير المنتجات الخدمية ترويج الخدمات تقديم المنتجات	1		A1,A2.,B1,B2.B3C1.C2..C3D1.D2
3	بحوث التسويق قياس الظواهر في بحوث التسويق	1		A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3D

	تطبيقات تسويق المنتجات			
4	تسويق الخدمات المصرفية تسويق الخدمات الصحية	1	6	A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3.D1.D.2.D3
	تسويق الخدمات التامينية تسويق الخدمات المرورية التسويق الدولي	1		A1,A2A3.,B1,B2.B3C1.C2.C3.D1.D.2.D3
إجمالي الأسابيع والساعات		**5**	**15**	

III. استراتيجية التدريس

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	**المهام / التجارب العملية**	**عدد الأسابيع**	**الساعات الفعلية**
1	**لا يوجد**		
2			
3			
4			
5			
إجمالي الأسابيع والساعات			

المحاضرة، حل المشكلات، المجموعات، المناقشة، التدريبات، التطبيق العملي، الأبحاث والمشاريع، مناقشة جماعية، تكاليف فردية وجماعية

IV. التكليفات / المهام:			
الرقم	التكليف/النشاط	الأسبوع	الدرجة (إن وجدت)
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

V. تقويم التعلم:				
الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي
.1	تدريبات الوحدات (1-	نهاية كل وحدة	10	%10
.2	تدريبات الوحدات	جميع الأسابيع	10	%10
	الانشطة	الأسبوع 5	20	%20
	جميع الوحدات	في الامتحانات	60	60%
	المجموع			

VI. مصادر التعلم:
1. المراجع الرئيسة: زكي خليل المساعد،تسويق الخدمات وتطبيقاته،ط2/عمان ، دار المناهج،2015م
2. المراجع المساعدة:
3. مواد إلكترونية وإنترنت المجلات العملية والدوريات والمواقع الالكترونية

VII. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
.1	الحضور والغياب: كما في لائحة شؤون الطلاب
.2	الحضور المتأخر: كما في لائحة شؤون الطلاب
.3	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في لائحة شؤون الطلاب
.4	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
.5	الغش: كما في لائحة شؤون الطلاب
.6	الانتحال: كما في لائحة شؤون الطلاب
.7	سياسات أخرى: