

Republic of Yemen



الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

مواصفات مقرر: سياسات التسعير

صنعا 2016

الصفحة 1 من 11

كلية:	توصيف مقرر: سلوك المستهلك	قسم: التسويق
-------	---------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر: سلوك المستهلك				
1.	اسم المقرر:	سياسات التسعير		
2.	رمز المقرر ورقمه:			
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي
		3		
		الإجمالي	تدريب	3
4.	المستوى والفصل الدراسي:	الثالث - الفصل الثاني		
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:	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:			

ثانياً: وصف المقرر:
<p>يبحث هذا المقرر في التسعير باعتباره عنصراً أساسياً في القدرة الشرائية وكونه مؤثراً في حجم مشترياته، وبالتالي على اشباع رغباته. كذلك أهمية السعر بالنسبة للمنشأة باعتباره اداة فعالة في تحقيق الأهداف التسويقية. وعليه ستبحث هذه المادة في مفهوم السعر ودور السعر في المزيج التسويقي وعلاقته مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى، وكذلك خطوات تحديد السعر وكيفية اتخاذ قرارات التسعير واستراتيجياتها.</p>
ثالثاً: مخرجات التعلم:
<p>يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادراً على ان:</p> <p>A المعرفة والفهم</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. معرفة طبيعة واهمية التسعير في منظمات الاعمال. 2. معرفة العلاقة بين التسعير وعناصر المزيج التسويقي في المنظمات 3. معرفة العلاقة بين التسعير وسلوك المستهلك للحصول على ميزات تنافسية. 4. معرفة الجوانب الأخلاقية والقيمية المرتبطة بطرق التسعير في منظمات الاعمال

B المهارات الذهنية

1. يقارن بين انواع الاسعار
2. يقارن بين انواع الاستراتيجيات السعرية
3. يحلل طرق التسعير المختلفة

C المهارات العملية المهنية

1. اكتساب مهارة التعامل والتواصل مع الاخرين لمناقشة انواع قرارات الشراء
2. القدرة على حل مشكلات تطبيق الاستراتيجيات المتعلقة بالتسعير في المنظمات الادارية
3. القدرة على توظيف اغلب القيم الاجتماعية المرغوبة في التأثير على سلوك المستهلك.

D المهارات العامة

- سيكون الطالب بعد استيفائه لمتطلبات المقرر الدراسي قادراً على أن:
- 1- القدرة على تقديم عروض شفوية واستخدام وسائل العرض المختلفة وكذلك تقديم عروض مكتوبة بشكل جيد.
 - 2- اكتساب مهارات قيادية في انجاز الاعمال وحل المشكلات
 - 3- القدرة على العمل في جماعات لمناقشة طرق التسعير

رابعاً: مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1. معرفة طبيعة واهمية التسعير في منظمات الاعمال. 2. معرفة العلاقة بين التسعير وعناصر المزيج التسويقي في المنظمات 3. معرفة العلاقة بين التسعير وسلوك المستهلك للحصول على ميزات تنافسية. 4. معرفة الجوانب الأخلاقية والقيمية المرتبطة بطرق التسعير في منظمات الاعمال 	<p>المحاضرات المناقشة الجماعية التمارين اثناء المحاضرات وحلها لمعرفة الطالب المتابع والفاهم من غيره.</p>	<p>امتحان نصفي امتحان نهائي</p>

خامساً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<ol style="list-style-type: none"> 1. يقارن بين انواع الاسعار 2. يقارن بين انواع الاستراتيجيات السعرية 3. يحلل طرق التسعير المختلفة 	<p>المحاضرات التقارير المنزلية للطالب المناقشة الجماعية</p>	<p>الامتحانات التقارير</p>

--	--	--

سادسا: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقويم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<p>1. اكتساب مهارة التعامل والتواصل مع الآخرين لمناقشة انواع قرارات الشراء</p> <p>2. القدرة على حل مشكلات تطبيق الاستراتيجيات المتعلقة بالتسعير في المنظمات الادارية</p> <p>3. القدرة على توظيف اغلب القيم الاجتماعية المرغوبة في التأثير على سلوك المستهلك.</p>	<p>المحاضرات المناقشة الجماعية</p>	<p>الامتحانات التقارير البحث الدراسة الميدانية</p>
سابعا: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقويم:		
مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
<p>1- القدرة على تقديم عروض شفوية واستخدام وسائل العرض المختلفة وكذلك تقديم عروض مكتوبة بشكل جيد.</p> <p>2- اكتساب مهارات قيادية في انجاز الاعمال وحل المشكلات</p> <p>3- القدرة على العمل في جماعات لمناقشة طرق التسعير</p>	<p>المناقشة الجماعية الابحاث</p>	<p>الامتحانات المهام التقارير</p>

ثامنا: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.					
الرقم	وحدات المقرر	المواضيع	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	
1	دور التسعير في المزيج التسويقي	تعريف السعر تحديد السعر انواع التسعير اختيار طريقة التسعير	1	3	A1.A2.A 3.A4.B1. B2.B3.B C1.C2.C 3.D1.D2. D3
		التسعير في ظل الاحتكار التسعير في ظل احتكار القلة سوق المنافسة الكاملة سوق المنافسة الاحتكارية			
2	تأثير البيئة الاقتصادية في عملية التسعير				

A1.A2.A 3.A4.B1. B2.B3.B C1.C2.C 3.D1.D2. D3			التسعير حسب دورة حياة المنتج تسعير المنتج الجديد تسعير المنتج في مرحلة النمو التسعير في مرحلة النضج التسعير في مرحلة الانحدار	التسعير حسب الدورة الاقتصادية ودورة حياة السلعة	3
A1.A2.A 3.A4.B1. B2.B3.B C1.C2.C 3.D1.D2. D3	3	2	اعتبارات اساسية لتسعير سلع المستهلك النهائي طرق تسعير السلع الصناعية	تسعير سلع المستهلك النهائي والصناعي	4
A1.A2.A 3.A4.B1. B2.B3.B C1.C2.C 3.D1.D2. D3			المبادئ العامة للتسويق الدولي المزيج التسويقي الدولي العوامل المؤثرة على التسعير الدولي استراتيجية التسعير الدولي	التسعير الدولي	5
A1.A2.A 3.A4.B1. B2.B3.B C1.C2.C 3.D1.D2. D3	3	3	اهمية البيانات الاولية اهمية البيانات الثانوية خطوات البحث التسويقي للسعر	دور الدراسات والبحوث في عملية التسعير	
A1.A2.A 3.A4.B1. B2.B3.B C1.C2.C 3.D1.D2. D3			النقد الالكتروني والبطائق الذكية الانترنت والاسعار الانترنت والتسويق	التسعير على الانترنت	
	15	5	إجمالي الأسابيع والساعات		

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
1	التكاليف	جميع الأسابيع	10	10%
2	الأنشطة	جميع الأسابيع	10	10%
3	الاختبار النصفى	الأسبوع 3	20	20%
4	الاختبار النهائي	الأسبوع الأخير	60	60%
	المجموع		100	100%
الحادي عشر: مصادر التعلم:				
المراجع الرئيسة: (لا تزيد عن مرجعين) أ. د. محمد إبراهيم عبيدات، (٢٠٠٨ م)، الطبعة السادسة، سلوك المستهلك – مدخل استراتيجي، دار وائل، عمان، الأردن				
المراجع المساعدة				
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)				
-1				

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.

توصيف مقرر:

4.	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف 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: سياسات التسعير

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

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

ثانيا: وصف المقرر:
يبحث هذا المقرر في التسعير باعتباره عنصرا اساسيا في القدرة الشرائية وكونه مؤثرا في حجم مشترياته وبالتالي على اشباع رغباته. كذلك أهمية السعر بالنسبة للمنشأة باعتباره اداة فعالة في تحقيق الأهداف التسويقية. وعليه

ستبحث هذه المادة في مفهوم السعر ودور السعر في المزيج التسويقي وعلاقته مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى، وكذلك خطوات تحديد السعر وكيفية اتخاذ قرارات التسعير واستراتيجياتها.

الجانب العملي:

ثالثاً: مخرجات التعلم:

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

A المعرفة والفهم

5. معرفة طبيعة واهمية التسعير في منظمات الاعمال.
6. معرفة العلاقة بين التسعير وعناصر المزيج التسويقي في المنظمات
7. معرفة العلاقة بين التسعير وسلوك المستهلك للحصول على ميزات تنافسية.
8. معرفة الجوانب الأخلاقية والقيمية المرتبطة بطرق التسعير في منظمات الاعمال

B المهارات الذهنية

4. يقارن بين انواع الاسعار
5. يقارن بين انواع الاستراتيجيات السعرية
6. يحلل طرق التسعير المختلفة

C المهارات العملية المهنية

4. اكتساب مهارة التعامل والتواصل مع الاخرين لمناقشة انواع قرارات الشراء
5. القدرة على حل مشكلات تطبيق الاستراتيجيات المتعلقة بالتسعير في المنظمات الادارية
6. القدرة على توظيف اغلب القيم الاجتماعية المرغوبة في التأثير على سلوك المستهلك.

D المهارات العامة

- سيكون الطالب بعد استيفائه لمتطلبات المقرر الدراسي قادراً على أن:
- 4- القدرة على تقديم عروض شفوية واستخدام وسائل العرض المختلفة وكذلك تقديم عروض مكتوبة بشكل جيد.
 - 5- اكتساب مهارات قيادية في انجاز الاعمال وحل المشكلات
 - 6- القدرة على العمل في جماعات لمناقشة طرق التسعير

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

III. استراتيجية التدريس
<p>المحاضرة، حل المشكلات، المجموعات، المناقشة، التدريبات، التطبيق العملي، الأبحاث والمشاريع، مناقشة جماعية، تكاليف فردية وجماعية</p>

IV. التكاليفات / 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 الرئيسية: اساسيات التسعير في التسويق المعاصر، محمد عبيدات دار المسيرة، ط1 2004م
2.	المراجع المساعدة:

توصيف مقرر:

سياسات التسعير (مدخل منهجي تطبيقي متكامل)2010, تأليف د. زكريا احمد عزام, د علي فلاح الزعبي, مكتبة دار حافظ, مكتبة دار خوارزم العلمية.

3. مواد إلكترونية وإنترنت
المجلات العملية والدوريات والمواقع الإلكترونية

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.	العش: كما في لائحة شؤون الطلاب
6.	الانتحال: كما في لائحة شؤون الطلاب
7.	سياسات أخرى: