



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: إدارة المبيعات
رمز المقرر: 403 تسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: كلية الأعمال
المؤسسة: كلية الأعمال
نسخة التوصيف: الأول
تاريخ آخر مراجعة: 1441/6/20





المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:			3
2. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	v	متطلب مسار
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الرابعة – المستوى السابع	
4. الوصف العام للمقرر يتطرق هذا المقرر إلى تعريف الطلاب بالمبادئ والمفاهيم الأساسية لإدارة المبيعات ودورها في تحقيق الاهداف البيعية للمنظمات			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 101 تسق-3			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر يسعى هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمبادئ العامة لإدارة المبيعات وعلى أهم خصائصها ووظائفها. يهدف أيضا هذا المقرر الى ان يدرك الطالب أدوار رجل البيع والمهارات المطلوبة منه و كيفية اختيار النقاط البيعية و إدارتها			

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	2	67
2	التعليم الإلكتروني	1	33
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	***	***
4	التعليم عن بعد	***	***

2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100
2	معمل أو إستوديو	***	***
3	ميداني	***	***
4	دروس إضافية	***	***
5	أخرى	***	***
	الإجمالي	45	100

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يذكر المفاهيم الرئيسية و المبادئ و النظريات في مجال ادارة المبيعات	1ع	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
2.0	المهارات			
2.1	يضع في مخطط المعارف المكتسبة لإدارة ادارة المبيعات	1م	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
1.3	يعمل بفاعلية كعضو فريق	1ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.3	يظهر التزاما بروح الفريق في أداء مهام المبيعات	2ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.3	يتحمل المسؤولية في قراراته المرتبطة بوضعيات معقدة و يتعاون مع الآخرين بشكل كامل و بناء عند معالجة القضايا و المشكلات المتعلقة بإدارة المبيعات	3ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
4.3	يلتزم بالنزاهة في أداء المهمات البيعية	4ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
				المناقشات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
	مدخل في ادارة المبيعات:	
1	مفهوم ادارة المبيعات تطور ادارة المبيعات ضمن الهيكل التنظيمي وظائف ادارة المبيعات مستويات ادارة المبيعات العلاقة بين البيع والتسويق الإلكتروني - فوائد و عيوب التسويق الإلكتروني	9
2	تخطيط المبيعات: مفهوم التخطيط والتخطيط الاستراتيجي العلاقة بين خطة التسويق وخطة المبيعات تطوير الاستراتيجية البيعية لاعتبارات الحاسمة لتخطيط المبيعات اختبار خطة المبيعات قبل التنفيذ	6
3	تنظيم المبيعات المفهوم والأسباب إجراءات تنظيم المبيعات أهداف وفوائد تنظيم المبيعات	6
4	تصميم واختيار النقاط البيعية: المبادئ المعرفية لعملية تصميم النقاط البيعية أسس عملية انشاء وتصميم النقاط البيعية العوامل المؤثرة على عملية تصميم النقاط البيعية الأمور المؤثرة على اختيار النقاط البيعية خطوات تصميم واختيار النقاط البيعية معايير اختيار النقاط البيعية	6
5	إدارة النقاط البيعية المفهوم والأهمية تنظيم وتنسيق أنشطة النقاط البيعية الرقابة على أنشطة النقاط البيعية التدقيق التسويقي على المبيعات تقييم أداء النقاط البيعية تقويم أداء النقاط البيعية	6
6	القوى البيعية: دور القوة البيعية - عملية اختيار وتعيين رجال البيع	6
7	التنبؤ بالمبيعات: المفهوم والأهمية العوامل المؤثرة على التنبؤ بالمبيعات ابعاد المؤثرة على التنبؤ بالمبيعات طرق التنبؤ بالمبيعات (الاتجاهات العامة)	6
	المجموع	45

د. أنشطة تقييم الطلبة



م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	7	20
2	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 15	30
3	الاختبار النهائي	15	50

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره)

ه. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	د. محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف، ادارة المبيعات، 2010م.
المراجع المساندة	
المصادر الإلكترونية	يفضل أن يحصل الطلاب على مقالات علمية في إدارة المبيعات من الدوريات العالمية مثل: http://www.netmba.com/strategy/matrix/bcg
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات مجهزة
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	عرض الشرائح على video projector
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي المقابلات
مصادر التعلم	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – الموظفون – المراجع المستقل	استطلاعات الرأي المقابلات الزيارات

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
استطلاعات الرأي	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
استطلاعات الرأي المقابلات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	أخرى

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)). طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس القسم
رقم الجلسة	الثامن
تاريخ الجلسة	1441/6/20هـ