



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: تسويق الخدمات
رمز المقرر: 320 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 الثالثة – المستوى السادس	
4. الوصف العام للمقرر يستعرض هذا المقرر المبادئ والمفاهيم الأساسية لتسويق وإدارة الخدمات بما يستجيب لطلبات العملاء و يحقق اهداف المنظمات.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 101 تسق			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب بمفهوم تسويق الخدمات و استراتيجيات تسويق وإدارة الخدمة و توجيه الاهتمام نحو التنسيق و التفاعل داخل المنظمة من اجل تقديم خدمة نو جودة للعملاء.			

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 تسويق الخدمات	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 في مجال تسويق الخدمات	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 في مجال تسويق الخدمات بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية	1ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.3	يعمل في فريق عمل في مجال الخدمات	2ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.3	يطور من نفسه عند العمل في مجال الخدمات	3ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
4.3	يلتزم بالنزاهة و الاحترام للتعامل في مجال الخدمات	4ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية



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

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مدخل إلى تسويق الخدمات أهمية الخدمات في الاقتصاد ، مفهوم الخدمة وطبيعتها ، تصنيف الخدمات ، خصائص الخدمة ، تطور مفهوم تسويق الخدمات	6
2	مثلث تسويق الخدمات التسويق الداخلي، التسويق التفاعلي ، التسويق الخارجي ، جودة الخدمات والمكانة الذهنية للخدمات ، إدارة علاقات العملاء	6
3	سلوك المستهلك في الخدمات مفهوم سلوك المستهلك في الخدمات ، إجراءات اتخاذ قرار شراء الخدمات ، العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك	6
4	المزيج التسويقي الخدمي المنتج الخدمي، تسعير الخدمات، توزيع الخدمات ، ترويج الخدمات	6
5	عناصر المزيج التسويقي المضافة الناس، المستلزمات المادية، الاجراءات	6
6	المكانة الذهنية للمنتج الخدمي- جودة الخدمة - علاقات العملاء	6
7	مدخل إلى تسويق الخدمات أهمية الخدمات في الاقتصاد ، مفهوم الخدمة وطبيعتها ، تصنيف الخدمات ، خصائص الخدمة ، تطور مفهوم تسويق الخدمات	6
8	مثلث تسويق الخدمات التسويق الداخلي، التسويق التفاعلي ، التسويق الخارجي ، جودة الخدمات والمكانة الذهنية للخدمات ، إدارة علاقات العملاء	3
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	7	20



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

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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

محمد جاسم الصميدعي / ردينة عثمان يوسف / تسويق الخدمات / 2010 م / دار المسيرة للنشر والتوزيع	المرجع الرئيس للمقرر
	المراجع المساندة
مقالات علمية في إدارة التوزيع من الدوريات العالمية مثل: http://www.netmba.com/strategy/matrix/bcg	المصادر الإلكترونية
	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
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي
أخرى	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي المقابلات

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
-------------	----------	----------------

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

