

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

وثيقة تعريف مقرّر: تسويق الخدمات

معلومات أساسية:

اسم المقرّر	تسويق الخدمات
رمز المقرّر	BMK603
ساعات الجلسات المسجلة	24
ساعات الجلسات المتزامنة	24
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	48
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	18
عدد الساعات المعتمدة	5
سوية المقرّر	6

1- المقرّرات المطلوب دراستها قبل المقرّر مباشرة:

المقرّر	الرمز
سلوك المستهلك	BMK502

2- الهدف من المقرّر:

تهدف هذه المادة إلى إكساب الطلاب المعرفة بمبادئ تسويق الخدمات بما يمكنه من الإفادة منها على نحو كاف وملئم في الحياة العملية عند تسويق الخدمات. ينطلق هذا المقرّر بدءاً من تعريف تسويق الخدمات، أنواعها، أهميتها، عناصر المزيج التسويقي للخدمات بدءاً بالخدمة والتسعير والتوزيع والترويج والبيئة المادية للخدمات وتصميم عمليات الخدمة والناس من جمهور داخلي هو الموظفين إلى الجماهير الخارجية من الزبائن، بالإضافة إلى موضوع جودة الخدمات وبناء العلاقات مع الزبائن.

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

3- المحصّلات التعليمية المرجوة (ILO – Intended Learning Objectives/Outcomes):

المحصّلات التعليمية المرجوة	الرمز
Intended Learning Objectives/Outcomes	ILO
يجادل الطالب في أهمية قطاع الخدمات وأسباب نموه، شرح خصائص الميزة للخدمات بالمقارنة مع السلع	ILO1
يناقش الطالب عملية بناء المكانة الذهنية للخدمة ويشرح خطوات تطوير الخدمات الجديدة.	ILO2
يستنتج الطالب عناصر المزيج التسويقي للخدمات كالخدمة والسعر والاتصالات التسويقية المتكاملة والتوزيع والبيئة المادية لتقديم الخدمة وعمليات الخدمة، كما يقيم العديد من التطبيقات التسويقية لهذه العناصر.	ILO3
يستدل الطالب على توقعات العملاء ويناقش مفاهيم الرضا	ILO4
يشرح الطالب مدركات العملاء ويعرف المفاهيم المختلفة للجودة	ILO5
يشرح الطالب طرق بناء العلاقات مع العملاء الداخليين والخارجيين للمنظمة	ILO6

4- محتويات المقرر: (24 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المسجلة، 24 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المتزامنة)

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	أنماط المهام	ساعات متزامنة	ساعات مسجلة	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	المحصّلات التعليمية
وظيفة المقرر وهي حالة عملية لواقع منظمة خدمية معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها تسويق الخدمات على واقع المنظمات الخدمية.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <u>وظائف</u> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • مقدمة إلى قطاع الخدمات وأسباب نموه • عناصر المزيج التسويقي المعدل للخدمة • الخصائص المميزة للخدمات 	ILO1
وظيفة المقرر وهي حالة عملية لواقع منظمة خدمية معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها تسويق الخدمات على واقع المنظمات الخدمية.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <u>وظائف</u> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • بناء المكانة الذهنية للخدمة • عملية تطوير الخدمات الجديدة. 	ILO2
وظيفة المقرر وهي حالة عملية لواقع منظمة خدمية معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها تسويق الخدمات على واقع المنظمات الخدمية.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <u>وظائف</u> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	14	14	<ul style="list-style-type: none"> • تصميم عمليات الخدمة ومعايير الخدمة • إدارة الطلب والطاقة الإنتاجية • تسعير الخدمات • توزيع الخدمات • الاتصالات التسويقية المتكاملة للخدمة • المورد البشري في الخدمات: اللقاء الخدمي التقليدي وعبر الانترنت • البيئة والدلائل المادية للخدمات 	ILO3

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

وظيفة المقرر وهي حالة عملية لواقع منظمة خدمية معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها تسويق الخدمات على واقع المنظمات الخدمية.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <u>وظائف</u> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • توقعات العملاء • مفهوم الرضا 	ILO4
وظيفة المقرر وهي حالة عملية لواقع منظمة خدمية معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها تسويق الخدمات على واقع المنظمات الخدمية.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <u>وظائف</u> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • إدراكات العملاء ومفهوم الجودة 	ILO5
وظيفة المقرر وهي حالة عملية لواقع منظمة خدمية معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها تسويق الخدمات على واقع المنظمات الخدمية.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <u>وظائف</u> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	2	2	<ul style="list-style-type: none"> • بناء العلاقات مع العملاء الداخليين والخارجيين 	ILO6

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

نمط التقييم					معايير التقييم لتحقيق المحصلات <u>على الطالب أن يظهر الإمكانات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:</u>	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
		✓		✓	يتمكن الطالب من تحديد أسباب أهمية قطاع الخدمات وعوامل نموه	يجادل الطالب في أهمية قطاع الخدمات وأسباب نموه، شرح خصائص الميزة للخدمات بالمقارنة مع السلع	ILO1
		✓		✓	يشرح الطالب الخصائص التي تميز السلع عن الخدمات		
		✓		✓	يستطيع الطالب شرح عملية بناء المكانة الذهنية للخدمات	يناقش الطالب عملية بناء المكانة الذهنية للخدمة ويشرح خطوات تطوير الخدمات الجديدة.	ILO2
		✓		✓	يربط الطالب بين خطوات تطوير الخدمات		
		✓		✓	يتذكر الطالب قرارات تصميم الخدمة	يستنتج الطالب التطبيقات التسويقية عناصر المزيج التسويقي للخدمات كالخدمة والسعر والاتصالات التسويقية المتكاملة والتوزيع والبيئة المادية لتقديم الخدمة وعمليات الخدمة، والناس.	ILO3
		✓		✓	يشرح الطالب خطوات تسعير الخدمات وطرقه		
		✓		✓	يتمكن الطالب من الربط بين عناصر الاتصالات التسويقية المتكاملة		
		✓		✓	يتذكر مقومات توزيع الخدمات		
		✓		✓	يقيم عناصر البيئة المادية لتقديم الخدمة		
		✓		✓	يوظف معارفه التي اكتسبها خلال المحاضرة في تحدد المعايير الملائمة لتصميم الخدمة		

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

		✓		✓	يناقش مع الأستاذ التطبيقات التسويقية للعناصر		
		✓		✓	يستطيع الطالب أن يناقش أنواع توقعات العملاء ويناقش أستاذ المقرر في طرق إدارة توقعات الزبائن.	يستدل الطالب على توقعات العملاء ويناقش مفاهيم الرضا	ILO4
		✓		✓	يقارن الطالب بين مفاهيم الرضا ونماذجه		
		✓		✓	يستطيع الطالب أن يقارن بين أهم نماذج قياس جودة الخدمات. كما يستطيع قياس جودة الخدمة باستخدام المقاييس المناسبة.	يشرح الطالب مدركات العملاء ويعرف المفاهيم المختلفة للجودة	ILO5
		✓		✓	يحلل الطالب فجوات جودة الخدمة ومصادرها مع تقديم أمثلة في عالم تسويق الخدمات.		
		✓		✓	يحلل الطالب الفرق بين طرق كسب ولاء الزبائن بالمقارنة مع طرق كسبه لدى الموظفين بناء على معارفه التي اكتسبها خلال المحاضرة.	يشرح الطالب طرق بناء العلاقات مع العملاء الداخليين والخارجيين للمنظمة	ILO6
		✓		✓	يتمكن الطالب من الربط بين مفردات محتوى المقرر وطرق بناء علاقات جيدة مع الزبائن.		
		✓		✓	يوظف الطالب معارفه التي اكتسبها خلال المحاضرة في تحديد أفضل طرق إدارة علاقات طويلة الأمد ومريحة مع الزبائن.		

6- أدوات ومختبرات القسم العملي:

اسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	

7- المراجع الأساسية:

1- Bhattacharjrr, C. (2006) **Services Marketing Concepts, Planning, and Implementation**. New Delhi: Excel Books.

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

- 2- Hoffman, D., Bateson, John. (2010) **Services Marketing Concepts, Strategies, & Cases**. Fourth edition. Cengage Learning
- 3- Jochen, W., Lovelock, C., Chew, P. (2018) **Essentials of Services Marketing**. 3ed edition, Pearson
- 4- Palmer, Adrian.(2005) **Principles of Service Marketing**. Fourth Edition, McGraw- Hill.
- 5- Zeithaml, V., Bitner, M., Gremler, D. (2017) **Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm**. 7th Edition, McGraw-Hill

8- المراجع الإضافية:

- 5- بودية، بشير.، قندوز. طارق. (2016) **أصول ومضامين تسويق الخدمات**. الطبعة الأولى، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 6- بالمر، ادريان. (2009) **مبادئ تسويق الخدمات**. ترجمة شاهين، بهاء.، إصلاح، علا.، شراقي، دعاء. القاهرة: مجموعة النيل العربية.
- 7- الضمور، هاني. (2009) **تسويق الخدمات**. الطبعة الخامسة، عمان: دار وائل للنشر.
- 8- الطائي، حميد. العلاق، بشير. (2009) **تسويق الخدمات**. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- 9- المحياوي، قاسم. (2006) **إدارة الجودة في الخدمات - مفاهيم وعمليات وتطبيقات**. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.