

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 : التسعير والتوزيع

### 1- معلومات أساسية:

اسم المقرّر	التسعير والتوزيع
رمز المقرّر	BMK606
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
مستوى المقرّر	6

### 2- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرّر مباشرة:

المقرّر	الرمز
سلوك المستهلك	BMK502

### 3- الهدف من المقرّر:

يتناول المقرّر مفهوم السعر والتسعير عبر مراحل حياة المنتج والأسس السلوكية لإدارة التسعير وطرق التمييز السعري وكيفية عرض السعر داخل المتجر. كما يستعرض أنواع قنوات التوزيع وكيفية تصميمها وإدارتها. يركز المقرّر أيضاً على أهمية تجارة التجزئة وكيفية اختيار الموقع الجغرافي للمتجر وتنظيمه وتصميمه من الداخل.

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

4- المحصّلات التعليميّة المرجوة (ILO – Intended Learning Objectives/Outcomes):

الرمز	المحصّلات التعليميّة المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	• يشرح مفهوم السعر ويحدد طرق التسعير والعوامل المؤثرة فيه
ILO2	• يبحث في الآثار النفسية والسلوكية للسعر ويحلل سياسات التسعير بحسب دورة حياة المنتج وطرق التمييز سعري
ILO3	• يعرف قنوات التوزيع ويشرح أهميتها ومكوناتها
ILO4	• يصف مراحل قرار تصميم قنوات التوزيع ويجادل في كيفية إدارتها
ILO5	• يستنتج القيمة التي تقدمها متاجر التجزئة للمستهلك ويحلل العوامل المؤثرة في اختيار موقع المتجر ويقمّم ويطور التصميم الداخلي للمتجر
ILO6	• يخطط ويقترح طرق تسعير المنتجات داخل متاجر التجزئة

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

المحصّلات التعليميّة	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	الفصل الأول: مفهوم السعر وأهداف التسعير	2	2	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعير منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...
ILO1	الفصل الثاني: طرق التسعير	2	2	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث	وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض

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

وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى.....				
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<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	الفصل الثالث: الآثار النفسية والسلوكية للسعر	ILO2
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<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	الفصل الرابع: التسعير عبر دورة حياة المنتج	ILO1 ILO2
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<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	الفصل الخامس: التمييز السعري	ILO2
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<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	الفصل السادس: مدخل إلى قنوات التوزيع	ILO3
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <u>وظائف</u>	2	2	الفصل السابع: تصميم قنوات التوزيع	ILO4

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

متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....				
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <b>وظائف</b> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الفصل الثامن: إدارة قنوات التوزيع	ILO4
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <b>وظائف</b> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الفصل التاسع: تجارة التجزئة	ILO5
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <b>وظائف</b> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الفصل العاشر: موقع المتجر	ILO5
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <b>وظائف</b> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الفصل الحادي عشر: تصميم المتجر	ILO5
وظيفة المقرر والتي يمكن أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعين منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> <b>وظائف</b> <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الفصل الثاني عشر: التسعير في	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

أن تتمحور حول حالة متجر وطرق عرض وتسعير منتجاته وتصميمه وصورته لدى الزبائن...	<input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			متاجر التجزئة	
--	--	--	--	---------------	--

### 6- معايير التقييم:

نمط التقييم				تفاعل في الجلسات المتزامنة	معايير التقييم لتحقيق المحصلات على الطالب أن يظهر الإمكانات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي				
		X		X	يعرف السعر ويحدد أهداف التسعير	يشرح مفهوم السعر ويحدد طرق التسعير والعوامل المؤثرة فيه	ILO1
X		X		X	يحدد العوامل المؤثرة في تحديد السعر		
		X		X	يناقش ويطبق طرق التسعير		
X		X		X	يحلل العوامل المؤثرة في إدراك المستهلك للسعر	يبحث في الآثار النفسية والسلوكية للسعر و يحلل سياسات التسعير بحسب دورة حياة المنتج وطرق التمييز سعري	ILO2
X		X		X	يتمكن من شرح الآثار النفسية للأرقام وللنهايات السعرية		
		X		X	يقيم سياسة التسعير المناسبة بحسب دورة حياة المنتج		
X		X		X	يعرف ويشرح أمثلة من الواقع ويقيم ممارسات التمييز سعري		
		X		X	يستعرض أنواع قنوات التوزيع ومكوناتها	يعرف قنوات التوزيع ويشرح أهميتها ومكوناتها	ILO3
X		X		X	يناقش أهمية قنوات التوزيع		

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

		X		X	يشرح المراحل التي يمر بها قرار تصميم قنوات التوزيع	يصف مراحل قرار تصميم قنوات التوزيع ويجادل في كيفية إدارتها	ILO4
		X		X	يناقش كيفية اختيار وتحفيز وتقييم أعضاء القناة وحل النزاعات داخل القناة		
X		X		X	يشرح أهمية وجود متاجر التجزئة والقيمة التي تضيفها للمستهلك	يستنتج القيمة التي تقدمها متاجر التجزئة للمستهلك ويحلل العوامل المؤثرة في اختيار موقع المتجر ويقيم ويطور التصميم الداخلي للمتجر	ILO5
X		X		X	يطبق ما تعلمه في المحاضرة لمناقشة أهمية الاختيار المناسب لموقع المتجر والعوامل المؤثرة في هذا الاختيار		
X		X		X	يناقش ويقيم أنواع وميزات التصميم الداخلي للمتجر		
X		X		X	يطبق ويحلل طرق تحديد أسعار السلع وتغييرها داخل المتجر وأثارها على الزبائن	يخطط ويقترح طرق تسعير المنتجات داخل متاجر التجزئة	ILO6

#### 7- أدوات ومختبرات القسم العملي:

إسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	

#### 8- المراجع الأساسية:

1- الصميدعي، محمود جاسم، (2008)، إدارة التوزيع: منظور متكامل، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
2- عبيدات، محمد ابراهيم، (2008)، أساسيات التسعير في التسويق المعاصر، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.

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- Berman Barry, Evans Joel R., Chatterjee Patrali, *Retail Management: A Strategic Approach*, 13<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, 2018
- 4- Coughlan Ann T., Anderson Erin, Stern Louis W., El-Ansary Adel I., *Marketing Channels*, 7<sup>th</sup> Edition, Pearson Prentice Hall, 2006
- 5- Dunne Patrick M., Lusch Robert F., Carver James R., *Retailing*, 7<sup>th</sup> Edition, South-Western Cengage Learning, 2011
- 6- Levy Michael, Weitz Barton A., Grewal Dhruv, *Retailing Management*, 9<sup>th</sup> Edition, McGraw Hill Education, 2014
- 7- Monroe Kent B., *Pricing: Making Profitable Decisions*, 3<sup>rd</sup> Edition, McGraw Hill/Irwin, 2003
- 8- Rosenbloom, Bert, *Marketing Channels: A Management View*, 8<sup>th</sup> Edition, South-Western Cengage Learning, 2013
- 9- Simon Hermann, Fassnacht Martin, *Price Management: Strategy, Analysis, Decision, Implementation*, Springer, 2019

#### 9- المراجع الإضافية:

- 1- إيتزل، مايكل؛ ووكر، بروس؛ و ستانتون، ويليام، (2006)، *التسويق*، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان.
- 2- ديب، حيان، (2017)، *مدخل إلى التسويق*، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، سورية.
- 3- عزام، زكريا أحمد؛ حسونة، عبد الباسط؛ والشيخ، مصطفى سعيد (2009)، *مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق*، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 4- كوتلر، فيليب؛ سوندرز، جون؛ أرمسترونغ، غاري؛ بونغ، فيرونیکا (2003)؛ *التسويق: السلع والأسعار* - الجزء الرابع، ترجمة مازن نفاع، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، دمشق، سورية.
- 5- Cox Roger, Brittain Paul, *Retailing: An Introduction*, 5<sup>th</sup> Edition, Pearson Education Limited, 2004
- 6- Fernie John, Sparks Leigh, *Logistics and Retail Management: Emerging Issues and New Challenges in the Retail Supply Chain*, 4<sup>th</sup> Edition, Kogan Page Limited, 2014
- 10- Grewal Dhruv, Levy Michael, *Marketing*, 5<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill Education, 2017
- 11- Kerin Roger A., Hartley Steven W., *Marketing*, 13<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill Education, 2017
- 7- Kotler Philip, Armstrong Gary, Opresnik Marc Oliver, *Principle of Marketing*, 17<sup>th</sup> Edition,

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

Pearson Education Limited, 2018

- 8- Kurtz David L., *Contemporary Marketing*, 15<sup>th</sup> Edition, South-Western Cengage Learning, 2012
- 9- Nagle Thomas T., Hogan John, Zale Joseph, *The Strategy and Tactics of Pricing: A guide to Growing More Profitability*, 5<sup>th</sup> Edition, Pearson Education Limited, 2014
- 10- Perreault William D. Jr., Cannon Joseph P., McCarthy E. Jerome, *Essentials of Marketing*, 13<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill/Irwin, 2012
- 12- Pride William M., Ferrell O.C., *Marketing*, 18<sup>th</sup> Edition, Cengage Learning, 2016
- 11- Smith Tim J., *Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures*, South-Western Cengage Learning, 2012
- 12- Vohra Rakesh V., Krishnamurthi Lakshman, *Principles of Pricing*, Cambridge University Press, 2012