

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 مقرر إدارة المبيعات

معلومات أساسية:

اسم المقرر	إدارة المبيعات
رمز المقرر	BMK605
ساعات الجلسات المسجلة	24
ساعات الجلسات المتزامنة	24
ساعات المذاكرة	لا يوجد
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	48
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	18
عدد الساعات المعتمدة	5
سوية المقرر	6

1- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

المقرر	الرمز
مدخل إلى التسويق	BMK401

2- الهدف من المقرر:

يهدف هذا المقرر إلى تقديم عرض تفصيلي لعملية البيع في مختلف المنظمات وإدارتها وتنظيمها وتخطيطها، والتعريف بوظائف مديري المبيعات وإدارة القوى البيعية ضمن الأهداف التسويقية للمنظمة.

يركز المقرر على تعريف المفاهيم الأساسية لإدارة المبيعات وعلاقتها مع الإدارات الأخرى، كما يصف كيفية تنظيم إدارة المبيعات ودور مدير المبيعات ووظائفه، ويبحث في إدارة القوى البيعية مع التعرف على أنواع رجال البيع

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

وتوضيح الإجراءات الخاصة بالاختيار والتعيين والتدريب والإشراف على مندوبي البيع، إضافة إلى تعويض وتحفيز وتقييم أداء نشاط القوى البيعية، ومن ثم الانتقال إلى استعراض استراتيجيات التخطيط والرقابة على أعمال البيع، وشرح التنبؤ بالمبيعات وإعداد الموازنة، إضافة إلى تخطيط الحصص والمناطق البيعية.

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

الرمز	المحصّلات التعليمية المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	يبحث الطالب في مفهوم إدارة المبيعات وعلاقتها بالإدارات الأخرى، وعلى أسس وأهداف تنظيم المبيعات وفوائدها وأنواعها، وكذلك الخطوات المتبعة لتنظيم إدارة المبيعات، كما يصف أنواع رجال البيع ووظائف مدير المبيعات ومسؤولياته، والدور الذي يلعبه في عملية تخطيط وتقدير موازنة المبيعات.
ILO2	يبحث الطالب في إدارة القوى البيعية ومفهوم البيع الشخصي ويعدد مراحل العملية البيعية، ويفهم كيفية اختيار مندوبي البيع (القوى البيعية) وعملية توظيفهم وتعيينهم.
ILO3	يستنتج أساليب تحفيز وتدريب القوى البيعية من خلال تنمية مهارات مندوبي البيع، ويقوم بعملية تنظيم تعويض ومكافأة مندوبي البيع وشرح نظام المكافآت.
ILO4	يصف مفهوم تخطيط المبيعات والفرق بين خطة التسويق وخطة المبيعات، ويطبق أساليب تخطيط المناطق والحصص البيعية وكيفية تحديد النقاط البيعية.
ILO5	يجادل في موضوع التنبؤ بالمبيعات والعوامل المؤثرة في المبيعات المتوقعة، ويقوم بإعداد الموازنة التقديرية لإدارة المبيعات، كما يلاحظ أنواع الميزانيات التقديرية للمبيعات.
ILO6	يلخص الطالب مبادئ الرقابة على أعمال البيع من خلال تقييم أداء النشاط البيعي بشكل عام، وتقييم أداء النقاط البيعية ومندوبي المبيعات بشكل خاص.

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- محتوى المقرر: (24 ساعة كحد أقصى مجموع الساعات المسجلة، 24 ساعة كحد أقصى مجموع الساعات المتزامنة)

المحصولات التعليمية	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	<p>مدخل إلى إدارة المبيعات:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ مفهوم التسويق ○ مفهوم المبيعات ○ مفاهيم أساسية في المبيعات ○ العلاقة بين البيع والتسويق <p>تنظيم إدارة المبيعات:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ مفهوم وأسباب تنظيم المبيعات ○ إجراءات تنظيم المبيعات ○ أهداف وفوائد تنظيم المبيعات ○ أسس تنظيم إدارة المبيعات <p>دور مدير المبيعات:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ مسؤوليات وأدوار مدير المبيعات ○ مهمات مدير المبيعات ○ دور مدير المبيعات في التخطيط الاستراتيجي 	6	6	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	<p>وظيفة المقرر وهي عبارة عن حالة عملية لواقع شركة معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها المقرر على واقع الشركة.</p>

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 عبارة عن حالة عملية لواقع شركة معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها المقرر على واقع الشركة.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	4	4	البيع الشخصي: <ul style="list-style-type: none"> ○ إدارة القوى البيعية ○ وظائف مندوبي البيع ○ خصائص مندوب البيع الناجح ○ مراحل العملية البيعية ○ اختيار وتعيين القوى البيعية: ○ أنشطة توظيف القوى البيعية ○ خطوات اختيار رجال البيع 	ILO2
وظيفة المقرر وهي عبارة عن حالة عملية لواقع شركة معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها المقرر على واقع الشركة.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	4	4	تحفيز وتدريب القوى البيعية: <ul style="list-style-type: none"> ○ تدريب القوى البيعية ○ تحفيز القوى البيعية ○ تعويض ومكافأة القوى البيعية: ○ أهداف التعويض ومكافأة رجال البيع ○ خطوات تصميم نظام المكافآت ○ العوامل المؤثرة في اختيار نظام المكافآت 	ILO3
وظيفة المقرر وهي عبارة عن حالة عملية لواقع شركة معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها المقرر على واقع الشركة.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	4	4	تخطيط المبيعات: <ul style="list-style-type: none"> ○ عناصر التخطيط الأساسية للمبيعات ○ العلاقة بين خطة التسويق وخطة المبيعات ○ تخطيط الحصص والمناطق البيعية: ○ أهداف تحديد الحصص البيعية ○ أنواع الحصص البيعية ○ تصميم النقاط البيعية ○ العوامل المؤثرة على اختيار المناطق 	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

				البيعية ○ معايير اختيار المناطق البيعية	
وظيفة المقرر وهي عبارة عن حالة عملية لواقع شركة معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها المقرر على واقع الشركة.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	4	4	التنبؤ بالمبيعات: ○ مفهوم وأهمية التنبؤ بالمبيعات ○ العوامل المؤثرة على التنبؤ بالمبيعات إعداد الموازنة: ○ مفهوم ميزانية المبيعات ○ العوامل المؤثرة في ميزانية المبيعات ○ مراحل إعداد الميزانية التقديرية للمبيعات	ILO5
وظيفة المقرر وهي عبارة عن حالة عملية لواقع شركة معينة، نهدف من خلالها إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تناولها المقرر على واقع الشركة.	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	2	2	الرقابة على أعمال البيع: ○ الرقابة على أنشطة النقاط البيعية ○ عناصر تقييم الأداء البيعي ○ تقييم أداء مندوبي المبيعات تقييم أداء النشاط البيعي: ○ تنظيم وتنسيق النقاط البيعية ○ تقييم أداء النقاط البيعية ○ برنامج تقييم الأداء البيعي	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

5- معايير التقويم:

نمط التقويم					النتائج التعليمية	المحصّلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
		X		X	يتمكن الطالب من التفريق بين مفهوم البيع ومفهوم التسويق، ويربط بين إدارة عملية البيع والإدارات الأخرى.	يبحث الطالب في مفهوم إدارة المبيعات وعلاقتها بالإدارات الأخرى، وعلى أسس وأهداف تنظيم المبيعات وفوائدها وأنواعها، وكذلك الخطوات المتبعة لتنظيم إدارة المبيعات، كما يصف أنواع رجال البيع ووظائف مدير المبيعات ومسؤولياته، والدور الذي يلعبه في عملية تخطيط وتقدير ميزانية المبيعات.	ILO1
		X		X	يحلل عملية تنظيم المبيعات والخطوات التفصيلية المتبعة فيها من خلال النقاش مع المدرس.		
		X		X	يتذكر الطالب أنواع رجال البيع ويستطيع أن يوظف معرفته في تحليل دور مدير المبيعات ومسؤولياته.		
		X		X	ينظم الطالب مراحل العملية البيعية من خلال معرفته بإدارة القوى البيعية وتحليله لمفهوم البيع الشخصي.	يبحث الطالب في إدارة القوى البيعية ومفهوم البيع الشخصي ويعدد مراحل العملية البيعية، ويفهم كيفية اختيار مندوبي البيع (القوى البيعية) وعملية توظيفهم وتعيينهم.	ILO2
		X		X	يتمكن من تحليل أساليب اختيار مندوبي المبيعات وتعيينهم.		
		X		X	يبحث الطالب في الأساليب المختلفة لتنمية مهارات مندوبي المبيعات من خلال إمامه بطرق	يستنتج أساليب تحفيز وتدريب القوى البيعية من خلال تنمية	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

				التحفيز ومعرفته للاحتياجات التدريبية لمندوبي البيع.	مهارات مندوبي البيع، وقيم عملية تنظيم تعويض ومكافأة مندوبي البيع وشرح نظام المكافآت.	
		X	X	يبنى الأسس الصحيحة والدقيقة لتعويض رجال البيع، ويشرح نظام وضع المكافآت لهم.		
		X	X	يوظف الطالب المعلومات السابقة من المقرر كي يتناول تخطيط المبيعات وفق تحليل منطقي وموضوعي.	يصف مفهوم تخطيط المبيعات والفرق بين خطة التسويق وخطة المبيعات، ويطبق أساليب تخطيط المناطق والحصص البيعية وكيفية تحديد النقاط البيعية.	ILO4
		X	X	يتذكر طرق تخطيط المناطق البيعية وتحديد نقاط البيع المعتمدة.		
		X	X	يفهم عملية التقدير والتنبؤ بالمبيعات، ويستنتج العوامل المؤثرة في عملية التنبؤ.	يجادل في موضوع التنبؤ للمبيعات والعوامل المؤثرة على التنبؤ بها، ويقوم بإعداد الميزانية التقديرية لإدارة المبيعات والعوامل المؤثرة بطريقة إعدادها، كما يلاحظ أنواع الميزانيات التقديرية للمبيعات.	ILO5
		X	X	يطبق مراحل إعداد الميزانية التقديرية للمبيعات، ويتمكن من التفريق بين الأنواع المختلفة للميزانيات.		
		X	X	يحلل الطالب من خلال ما حصل عليه من معلومات في المقرر مبادئ الرقابة على العمليات البيعية، وقيم بشكل موضوعي أداء النشاط البيعي والمندوبين من خلال تحليل دقيق لأعمالهم خلال فترة محددة.	يلخص الطالب مبادئ الرقابة على أعمال البيع من خلال تقييم أداء النشاط البيعي بشكل عام، وتقييم أداء النقاط البيعية ومندوبي المبيعات بشكل خاص.	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

6- أدوات ومختبرات القسم العملي:

إسم الأداة	توصيفها
	لا يوجد

7- المراجع الأساسية:

1. Schwartz M. (2006), **Fundamentals of sales management for the newly appointed sales manager**, AMACOM, a division of American Management Association, New York, USA.
2. Jobber D. and Lancaster G. (2015), **Selling and Sales Management**, 10th edition, Pearson Education, England.
3. Johnston M.W. and Marshall G.W. (2016) **Sales Force Management**, 12th edition, Routledge, New York, USA.
4. Laursen, G.H.N. (2011), **Business Analytics for Sales and Marketing Managers**, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, USA.

8- المراجع الإضافية:

5. يوسف، ردينة و الصميدعي، محمود (2010)، **إدارة المبيعات**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
6. عبيدات، محمد، الضمور، هاني، وحداد، شفيق (2013)، **إدارة المبيعات و البيع الشخصي**، الطبعة الثامنة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.