

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

وثيقة تعريف مقرّر: سلوك العملاء

1- معلومات أساسية:

اسم المقرّر	سلوك العملاء
رمز المقرّر	BMK502
ساعات الجلسات المسجلة	24
ساعات الجلسات المتزامنة	18
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 دقيقة
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	48
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	18
عدد الساعات المعتمدة	5
سوية المقرّر	5

2- المقرّرات المطلوب دراستها قبل المقرّر مباشرة:

المقرّر	الرمز
التسويق الخدمي	BMK501

3- الهدف من المقرّر: يهدف المقرّر إلى تعريف الطالب بما يلي:

- ✓ مضمون سلوك العملاء.
- ✓ علاقة دراسة سلوك العملاء بالعلوم الأخرى.
- ✓ مداخل تفسير سلوك العملاء مبيناً المداخل التقليدية من النماذج.

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

- ✓ أهمية دراسة سلوك العملاء بالنسبة للمنظمة السياحية و طرق وأساليب دراسة سلوك سائح.
- ✓ مراحل عملية صنع قرار الشراء.
- ✓ الاتجاهات النفسية للأفراد وأثرها على سلوك العميل المتمثلة.
- ✓ الثقافات الأصلية والفرعية وسلوك العميل.
- ✓ العوامل الاجتماعية ومكوناتها مبيناً أثرها على سلوك العملاء.

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

الرمز	المحصّلات التعليمية المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	معرفة مضمون سلوك العملاء مبيناً أسباب الاهتمام بدراسة سلوك العملاء موضعاً أنماط سلوك العملاء وأبعاد سلوك السائح ومراحل سلوك العملاء.
ILO2	يدرس علاقة دراسة سلوك العملاء بالعلوم الأخرى (علم النفس - علم الاجتماع - علم النفس الاجتماعي - دراسة ثقافات الأجناس البشرية - علم الاقتصاد - دراسة خصائص السكان (الديموغرافيا) - علم الإحصاء) كما يتعرف على مضمون النظرية الاقتصادية لسلوك العميل موضعاً نشأة وتطور علم سلوك العميل وأخيراً التركيز على مفهوم نظرية سلوك العميل.
ILO3	يوضح مداخل تفسير سلوك العملاء مبيناً المداخل التقليدية من النماذج (النموذج الاقتصادي - النماذج الاجتماعية - النموذج النفسي - نموذج الاثارة والاستجابة - النموذج العقلاني) والمداخل الشاملة من النماذج (نموذج هوارد - شيت - نموذج إينجل - كولات بلاك ويل - نموذج نيقوسيا).
ILO4	معرفة أهمية دراسة سلوك العملاء بالنسبة للمنظمة السياحية و طرق وأساليب دراسة سلوك سائح (المقابلة الشخصية المتعمقة - المقابلة الجماعية المركزة - الاساليب الإسقاطية) على سلوك العملاء.
ILO5	يبحث في مراحل عملية صنع قرار الشراء (المشعر - تحديد المشكلة - البحث عن البدائل - تقييم البدائل -

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

اتخاذ قرار الشراء - سلوك ما بعد الشراء) ومعرفة أنواع عملية صنع القرار الشرائي (القرار الممتد الواسع - القرار المحدود - القرار الروتيني).	
يبحث في الاتجاهات النفسية للأفراد وأثرها على سلوك العميل المتمثلة في (الدوافع - التعلم - المواقف - الإدراك - الذاكرة) وأثرها على سلوك العملاء.	ILO6
معرفة الثقافات الأصلية والفرعية وسلوك العميل من خلال فهم (مفهوم الثقافة - مكونات الثقافة - التغيير الثقافي) وأثرها على سلوك العملاء.	ILO7
يحلل العوامل الاجتماعية ومكوناتها من (الطبقة الاجتماعية - الجماعة المرجعية - الأسرة) مبيناً أثرها على سلوك العملاء.	ILO8

5- محتوى المقرر: (24 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المسجلة، 18 ساعة حد 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	معرفة مفهوم سلوك العميل وأدوار العميل.	4	2	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	
ILO2	يبحث نظريات دراسة سلوك العميل وتفسيرها.	2	2	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف	

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

	☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى				
	☐ تمارين (TD) ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	4	• معرفة المداخل القديمة والشاملة لسيكولوجية العميل ونماذج سلوكه.	ILO3
الوظيفة الاولى: عبارة عن حالة عملية لواقع شركة معينة، تطرح عليها مجموعة من الأسئلة ترتبط أساليب قياس سلوك العميل التي تعتمد عليها واقتراح أفضل طريقة مناسبة لها التسويقية.	☐ تمارين (TD) ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	2	• يحلل أساليب وطرق قياس سلوك العميل.	ILO4
	☐ تمارين (TD) ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	4	4	• معرفة مراحل عملية صنع قرار الشراء للعملاء وفهمها.	ILO5

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

الوظيفة الثانية: تكليف الطلاب بالبحث عن أمثلة عن الدوافع والمواقف والإدراك الحسي في المقالات والكتب، وتجهيزها تحت إشراف المدرس، ليشاركوا زملاءهم بها خلال المحاضرة قبل شرح المدرس لها.	☐ تمارين (TD) ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	2	• تذكر الاتجاهات النفسية للأفراد وأثرها على سلوك العميل.	ILO6
	☐ تمارين (TD) ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	4	• معرفة الثقافات الأصلية والفرعية وأثرها على سلوك العميل.	ILO7
الوظيفة الثالثة: حالة عملية من أجل بناء خطة لدراسة الطبقة الاجتماعية والجماعة المرجعية والأسرة لعملاء شركة ما والسوق السياحي الذي تعمل به يختارها الطالب وينظمها، مع اقتراح أساليب اتخاذ قرار الشراء للعملاء التي سيتم استخدامها ضمن سياق خطة عمل البيئة السياحية.	☐ تمارين (TD) ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	2	• يبحث في الطبقة الاجتماعية ودورها في سلوك العملاء.	ILO8

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

6- معايير التقويم:

نمط التقويم					معايير التقييم لتحقيق المحصولات	المحصولات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة	على الطالب أن يظهر الإمكانات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:		
x		x		x	يقارن الطالب بين أهمية وفوائد دراسة سلوك العميل وتطبيق هذه الفوائد والاستفادة منها ويميز النمط الذي يتبعه العميل في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للسلع والخدمات السياحية. ويحلل الطالب من خلال النقاش مع المدرس تحديد متطلبات العميل في بيئة الأعمال الحالية.	يستنتج الطالب الأفكار والمبادئ المميزة لمفهوم سلوك العميل ويحلل مدى قابلية الاستمرار في تطبيق مفهوم العميل والزبون.	ILO1
		x		x	يميز الطالب بين مفاهيم نظرية سلوك العميل. ويقيم الطالب مضمون النظرية الاقتصادية لسلوك العميل الأخرى.	يميز أسس نظريات دراسة سلوك العميل وتحليل علاقة دراسة سلوك العملاء بالعلوم الأخرى.	ILO2

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

					مع وضع الشركة والسوق. ويدرس الطالب نشأة وتطور علم سلوك العميل في أسواق الأعمال المتاحة.		
x		x		x	يحلل الطالب مداخل تفسير سلوك العملاء ويختار الطالب نموذج استعداد العميل عند مراحل مختلفة ويميز الطالب بين النموذج الاقتصادي والنماذج الاجتماعية وغيرها.	معرفة المداخل القديمة والشاملة لسيكولوجية العميل ونماذج سلوكه.	ILO3
		x	x	x	يميز الطالب بين أهمية دراسة سلوك العملاء بالنسبة للمنظمة السياحية ويحلل الطالب طرق وأساليب دراسة سلوك العميل.	يفهم أساليب قياس سلوك العميل.	ILO4
x		x		x	يميز الطالب بين سلوك العميل والمستهلك ويحلل الطالب مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي وأنواع القرار للعمل.	يحلل الطالب من خلال النقاش مع المدرس مراحل عملية صنع قرار الشراء للعلاء وأساليب اتخاذ القرار الشرائي.	ILO5
	x	x		x	يميز الطالب بين الدوافع	يتذكر مفردات المحتوى	ILO6

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

					والمواقف، الإدراك الحسي والذاكرة. ويختار الطالب العلامة الموقف المناسب ويعرف الدافع وراء سلوك الشراء.	العلمي للاتجاهات النفسية للأفراد وأثرها على سلوك العميل.	
x		x		x	يحلل الطالب وقيم الثقافات الأصلية والفرعية وسلوك العميل. من خلال الإجابة على أسئلة مباشرة والبعض الآخر استنتاجي فيما يتعلق بالتغيير الثقافي.	يستخدم الطالب مفهوم الثقافة ومكونات الثقافة والتغيير الثقافي وسلوك العميل.	ILO7
x		x		x	يميز الطالب بين الطبقة الاجتماعية والجماعة المرجعية والأسرة وتطبيقها على سلوك العميل.	يحلل الطبقة الاجتماعية وعناصرها على سلوك العميل.	ILO8

7- أدوات ومختبرات القسم العملي:

اسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	-----

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

8- المراجع الأساسية:

1. إيتزل م. ووكر ب.ستان تون. (2006). التسويق (مترجم). بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
2. سامر المصطفى محمد ناصر. (2012). سلوك المستهلك. جامعة دمشق, الطبعة الأولى.
3. كوتلر وآخرون, التسويق, ترجمة مازن نفاع, منشورات دار علاء الدين - الطبعة الثالثة, سورية, 2009.
4. Dwayne D. Gremler, Mary Jo BitnerValarie A. Zeithaml, (2018). Service Marketing, McGraw-Hill Education ,2 Penn Plaza ,New York
5. Hawkins, D. Mothersbaugh, D. Best, R. Consumer Behavior (10th e.) McGRAW-HILL,2007

9- المراجع الإضافية:

1. ترجمة مازن نفاع فيليب كوتلر و آخرون. (2002 م). "التسويق". دمشق: دار علاء الدين للنشر و التوزيع والترجمة, الجزء الثالث.
2. مايكل إيتزل. ووكر ب.ستانتون - ترجمة مكتبة لبنان ناشرون, التسويق (مترجم), بيروت, الطبعة الأولى, 2006 م.
3. Kotler Ph, What consumers means for marketers, Harvard Business Review, 1972.
4. Sehoffman,Leon.G & Kanuk, Leslie Lazar, consumer behavior, Prentic-Hall,USA,Newjerky, 1997