

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 مقرر: إدارة المبيعات في المنشآت السياحية

1. معلومات أساسية:

اسم المقرر	إدارة المبيعات في المنشآت السياحية
رمز المقرر	BMK503
ساعات الجلسات المسجلة	24
ساعات الجلسات المتزامنة	18
ساعات المذاكرة	–
ساعات الامتحان	75 دقيقة
ساعات الجهد الدراسي المقابل لجلسات المسجلة	48
ساعات الجهد الدراسي المقابل لجلسات المتزامنة	18
عدد الساعات المعتمدة	5
سوية المقرر	5

2. المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

المقرر	الرمز
التسويق الخدمي	BMK501

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

3. الهدف من المقرر:

يهدف المقرر الى تعريف الطالب بالقضايا العلمية التالية:

- ✓ مفهوم كلاً من المنشأة السياحية وأهميتها ودورها في عملية التنمية المستدامة
- ✓ مفهوم وأهمية التسويق السياحي
- ✓ مفهوم السياحة والسائح والمنتج السياحي والخدمة السياحية
- ✓ مفهوم الزبون والعميل والمستهلك وأوجه الاختلاف بينها وسلوك المستهلك والمستهلك السياحي
- ✓ مفهوم البيع ونشأته وتطوره وعلاقة البيع بالتسويق
- ✓ مفهوم العملية البيعة وخطواتها ومراحلها
- ✓ مفهوم ادارة المبيعات وأهميتها وأهدافها ومبادئها
- ✓ مفهوم تنظيم ادارة المبيعات وموقعها ضمن البنية التنظيمية للمنشأة
- ✓ علاقة ادارة المبيعات بإدارات المنشأة وبصورة خاصة مع ادارة التسويق
- ✓ مفهوم تخطيط المبيعات وتوضيح مفهوم التخطيط والتخطيط الاستراتيجي للمبيعات
- ✓ مفهوم التنبؤ بالمبيعات وتنشيطها
- ✓ مفهوم القوى البيعة وأهميتها وخصائصها ودور رجال البيع (مندوبو المبيعات) في انجاح عملية البيع
- ✓ مفهوم المزيج الترويجي السياحي وعلاقته بالمزيج التسويقي
- ✓ مفهوم البيع الشخصي ودوره في انجاح المبيعات
- ✓ مفهوم أخلاقيات البيع وأهميتها بالنسبة لإدارة المبيعات

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

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

المحصّلات التعليمية المرجوة	الرمز
Intended Learning Objectives/Outcomes	ILO
القدرة على شرح المفاهيم الأساسية للمنشأة السياحية وأهميتها والسياحة ودورها في عملية التنمية المستدامة والتسويق السياحي وأهميته والسائح والمنتج السياحي والخدمة السياحية والزبون والعميل والمستهلك السياحي	ILO1
القدرة على تحليل عملية البيع وتوضيح آلياتها وعوامل نجاحها	ILO2
القدرة على التمييز بين المبيعات والتسويق وبين الخدمة والسلعة	ILO3
القدرة على معرفة أهمية ودور ادارة المبيعات في التخطيط الاستراتيجي للمبيعات والتنبؤ بها	ILO4
القدرة على معرفة مشاركة ادارة المبيعات في اختيار وانتقاء رجال البيع (مندوبو المبيعات) وتحديد احتياجاتهم وتحفيزهم	ILO5
القدرة على ابراز دور ادارة المبيعات في الحفاظ على بقاء واستمرار المنشأة (السياحية) عبر زيادة المبيعات وتحقيق الأرباح	ILO6
القدرة على تحديد المزيج الترويجي السياحي ومكوناته وبصورة خاصة البيع الشخصي	ILO7
القدرة على تحديد صفات رجال البيع الناجحة والصفات الأخلاقية التي يجب أن يتمتع بها مندوبو المبيعات	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

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	الفصل الأول: المنشأة السياحية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة الفصل الثاني: مفاهيم أساسية في السياحة والمنشأة السياحية	3	2	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	التمرين هو حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذين الفصلين
ILO2	الفصل الثالث: البيع نشأته وتطوره وأهميته وعلاقته بالتسويق الفصل الرابع: مراحل وخطوات عملية البيع	4	3	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	التمرين وكذلك الوظيفة هي حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذين الفصلين
ILO3	الفصل الخامس: إدارة المبيعات مفاهيمها وأهميتها وأهدافها ومبادئها ووظائفها	4	3	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	التمرين هو حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذا الفصل

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

التمرين وكذلك الوظيفة هي حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذين الفصلين	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	3	4	الفصل السادس: تنظيم ادارة المبيعات وعلاقتها بالإدارات الأخرى الفصل السابع : تخطيط المبيعات والتخطيط الاستراتيجي للمبيعات	ILO4
الوظيفة هي حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذا الفصل	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	الفصل الثامن: التنبؤ بالمبيعات وتنشيطها	ILO5
التمرين وكذلك الوظيفة هي حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذين الفصلين	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2.5	3	الفصل التاسع: قوى البيع وأهميتها وخصائص ودور مندوبو المبيعات في نجاح المبيعات الفصل العاشر: المزيج الترويجي السياحي وعلاقته بالمزيج التسويقي	ILO6
الوظيفة هي حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذا الفصل	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع	1.5	2	الفصل الحادي عشر: البيع الشخصي ودوره في نجاح المبيعات	ILO7

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

	☐ تجارب ☐ أخرى				
الوظيفة هي حالة عملية الهدف منها مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم التي تعلمها في هذا الفصل	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	الفصل الثاني عشر: أخلاقيات البيع وأهميتها ودورها في نجاح المبيعات	ILO8

6. معايير التقويم:

نمط التقويم					معايير التقييم لتحقيق المحصّلات	المحصولات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة	<u>على الطالب أن يظهر</u> <u>الإمكانيات اللازمة للقيام</u> <u>بالأنشطة التالية:</u>		
		×		×	- تعريف المنشأة السياحية - التعرف على دور السياحة في عملية التنمية المستدامة وأهمية التسويق السياحي - التعرف على مفهوم كل من (السائح ، المنتج السياحي، الخدمة السياحية، الزبون،	القدرة على شرح المفاهيم الأساسية للمنشأة السياحية وأهميتها والسياحة ودورها في عملية التنمية المستدامة والتسويق السياحي وأهميته والسائح والمنتج السياحي والخدمة السياحية والزبون	ILO1

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

					العميل والمستهلك السياحي	والعميل والمستهلك السياحي	
	×			×	- التعرف على مفهوم البيع ونشأته وعوامل تطوره - التعرف على الفرق بين البيع والتسويق والعلاقة بينهما - التعرف على نظريات البيع	القدرة على تحليل عملية البيع وتوضيح آلياتها وعوامل نجاحها	ILO2
×	×			×	- ادراك أهمية المبيعات والتسويق والتمييز بينهما - ادراك أهمية الخدمة والسلعة والتمييز بينهما	القدرة على التمييز بين المبيعات والتسويق وبين الخدمة والسلعة	ILO3
	×	×			- التعرف على الدور الاستراتيجي لإدارة المبيعات - توضيح وبيان دور ادارة المبيعات في وضع الخطة الاستراتيجية للمبيعات	القدرة على معرفة أهمية ودور ادارة المبيعات في التخطيط الاستراتيجي للمبيعات والتنبؤ بها	ILO4
×				×	- معرفة دور ادارة المبيعات بالتعاون مع ادارة الموارد البشرية في اختيار وانتقاء رجال البيع (مندوبو المبيعات) - مناقشة خصائص وميزات رجال البيع (مندوبو	القدرة على معرفة مشاركة ادارة المبيعات في اختيار وانتقاء رجال البيع (مندوبو المبيعات) وتحديد احتياجاتهم وتحفيزهم	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

					(المبيعات)		
				×	- معرفة آلية وكيفية زيادة المبيعات عبر الاطلاع على المشاكل التي يكشف عنها العملاء بالنسبة للمنتجات والتقارير عن نشاطات المنافسين والعمل على وضع استراتيجية شاملة للتسويق والبيع - معرفة وتحديد كفاءة وفعالية أداء القوى البيعية	القدرة على ابراز دور ادارة المبيعات في الحفاظ على بقاء واستمرار المنشأة (السياحية) عبر زيادة المبيعات وتحقيق الأرباح	ILO6
		×		×	- مناقشة أهمية المزيج الترويجي السياحي ومعرفة خصائصه ومكوناته وعلاقته بالمزيج التسويقي - مناقشة البيع الشخصي ودوره في زيادة المبيعات	القدرة على تحديد المزيج الترويجي السياحي ومكوناته وبصورة خاصة البيع الشخصي	ILO7
	×			×	- معرفة وتحديد المعنى الأخلاقي للمبيعات - معرفة المعارف والمهارات والسلوكيات الرئيسية اللازمة لمديري ومندوبي المبيعات	القدرة على تحديد صفات رجال البيع الناجحة والصفات الأخلاقية التي يجب أن يتمتع بها مندوبو المبيعات	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

7. أدوات ومختبرات القسم العملي:

إسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	-----

8. المراجع الأساسية:

- 1) Kardes, F., Cronley, M. and Cline, T. (2011), Consumer Behavior, Mason
- 2) Muhammad Khalilu Rahman & Abdullah Al-Mamun, (2014) (Ethical Implications of Sales Promotion in Malaysia
- 3) Stanley Brown (2006) Customer relationship management
- 4) Kotler Dubois, (2000) Marketing management,
- 5) J.Christopher holloway, (1992) travel and tourism,
- 6) جيمس ر.آبي (2015)، المبيعات والتسويق في المنشآت السياحية، ترجمة ،دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، سوريا
- 7) فيليب كوتلر، ترجمة مازن نفاع، "التسويق"، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، دمشق
- 8) ربابعة علي محمد، فتحي ذياب(2009) إدارة المبيعات، دار صفاء، عمان
- 9) علي فلاح الزعبي (2010)، ادارة المبيعات مدخل تطبيقي، استراتيجي، متكامل عمان
- 10) غانم فنجان موسى، محمد صالح عبد العباسي(1992) ،إدارة المبيعات و الإعلان، بغداد
- 11) لمياء السيد حميد الطائي(2009) بشير العلاق ، مبادئ التسويق الحديث – مدخل شامل ، عمان
- 12) محمد الصيرفي ، البيع الشخصي ، دراسة للمهارات التي يجب توفرها في رجل البيع ، كلية الاقتصاد والعلوم

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

الادارية ، جامعة الزيتونة ، الأردن

- 13) ريتشارد ويتلي، ديان هيسان (1998) ترجمة عبد الرحمان توفيق " الإدارة بالزبائن"، مركز الخبرات المهنية، القاهرة.
- 14) ميدون إيمان، البعد الأخلاقي في التسويق، (2014)، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع
- 15) وليد خلف الله دياب، أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة، (2014)، الطبعة العربية، عمان ،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع

9. المراجع الإضافية:

- 1) RC.Judd (1984)« The Keys For Redefining Service
- 2) P. Kotler et B. Dubois (1984) Marketing Management
- 3) محمود الصميدعي وردينة عثمان (2006)، الأساليب الكمية في التسويق ، دار المناهل
- 4) محمد عبيدات،هاني الضمور،شفيق حداد،إدارة المبيعات والبيع الشخصي ،الطبعة الرابعة عمان ،دار وائل
- 5) محمد عبد العظيم أبو النجا، (2008) التسويق المتقدم، التسويق العالمي، تسيير العلاقات مع الزبائن CRM ،، "الدار الجامعية، القاهرة
- 6) مبروك الهواري(2008) رضا العميل، محدداته و أهميته ، مجلة الدراسات المالية و التجارية، العدد الأول ،القاهرة
- 7) شعبان عبد الله شوباصي (2011)، أهمية السياحة والاستثمار السياحي في الاقتصاد السوري ، الهيئة السورية للكتاب ، دمشق
- 8) مؤيد الساعدي، أخلاقيات الإدارة (2002) مداخل التكوين في منشآت الأعمال،
- 9) ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، (2009)، الطبعة الثانية، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع