

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

## وثيقة تعريف: تسويق الخدمات

### ١- معلومات أساسية:

|               |   |
|---------------|---|
| تسويق الخدمات | اسم المقرر                                    |
| SM791         | رمز المقرر                                    |
| 14            | ساعات الجلسات المسجلة                         |
| 14            | ساعات الجلسات المتزامنة                       |
| -             | ساعات المذاكرة                                |
| 75 min        | ساعات الامتحان                                |
| 14            | ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة   |
| 14            | ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة |
|               | عدد الساعات المعتمدة                          |

### ٢- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

|         |       |
|---------|-------|
| المقرّر | الرمز |
|         |       |

### ٣- الهدف من المقرر:

تعريف الطلاب بمفهوم الخدمة وخصائصها وتوضيح عناصر المزيج التسويقي الموسع الخاص بالخدمات. تمكين الطالب من شرح مفهوم جودة الخدمة التقليدية والالكترونية وطرق قياسها وتحديد استراتيجيات بناء العلاقات مع الزبائن وإدارة الربحية في المنشآت الخدمية.

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

٤- المحصّلات التعليميّة المرجوّة (ILO – Intended Learning Objectives / Outcomes):

بعد الاستكمال الناجح لهذا المقرر، سيصبح الطالب قادر على فعل ما يلي:

| الرمز | المحصّلات التعليميّة المرجوّة   |
|-------|---|
| ILO   | Intended Learning Objectives/Outcomes   |
| ILO1  | <ul style="list-style-type: none"> <li>فهم وتحديد أهمية قطاع الخدمات في الاقتصاد العالمي</li> <li>معرفة مفهوم الخدمة وتحديد خصائصها وشرح المضامين التسويقية لكل منها.</li> <li>تحديد أهم المعايير المعتمدة في تصنيف الخدمات.</li> </ul>   |
| ILO2  | <ul style="list-style-type: none"> <li>فهم ما هي أهم الأسباب التي تدعو إلى استخدام أدوات إضافية لتسويق للخدمات</li> <li>معرفة ما هي عناصر المزيج التسويقي المعدل للخدمات وكيف تعمل هذه العناصر الإضافية بالتكامل مع عناصر المزيج التسويقي التقليدي للتسويق للخدمة</li> <li>كيف يمكن تحليل عرض الخدمة وتحديد عناصره الملموسة وغير الملموسة</li> <li>معرفة ما هي الخدمات الجوهر وما هي مجموعة الخدمات التكميلية التي تلحق بها وتشكل حزمة الخدمة.</li> </ul> |
| ILO3  | <ul style="list-style-type: none"> <li>تحديد مفهوم الجودة وخصوصية تقييمها من قبل العميل في القطاع الخدمي.</li> <li>شرح أهم نماذج قياس الجودة المدركة من قبل العميل.</li> <li>قياس أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية.</li> </ul>  |
| ILO4  | <ul style="list-style-type: none"> <li>فهم مفهوم المكانة الذهنية للخدمة.</li> <li>معرفة الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الشركات في استهداف الأسواق.</li> <li>معرفة استراتيجيات بناء المكانة الذهنية.</li> <li>معرفة هرمية أو فئات الخدمات.</li> <li>فهم المراحل التي تمر بها تطوير الخدمات الجديدة.</li> </ul>   |
| ILO5  | <ul style="list-style-type: none"> <li>شرح مفهوم خارطة الخدمة وتحديد خطوات بناء خرائط أو مخططات الخدمة.</li> <li>معرفة كيفية تطوير معايير أداء الخدمة وأنواعها.</li> <li>تحديد الاستراتيجيات المتاحة لإدارة العلاقة بين العرض والطلب.</li> </ul>  |

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

|   |        |
|---|--------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• شرح خصوصية التسعير في الخدمات والمترتبة على الخصائص المختلفة التي تتميز بها الخدمة عن السلعة الملموسة.</li> <li>• تصنيف أهم مداخل التسعير.</li> <li>• تصنيف استراتيجيات تسعير الخدمات الجديدة.</li> <li>• تحديد أهم السياسات التسعيرية المتبعة في المنظمات الخدمية.</li> </ul> | ILO6   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• فهم خصوصية الترويج للخدمات بوصفها غير ملموسة.</li> <li>• تحديد مكونات عملية الاتصال في المنشآت الخدمية.</li> <li>• شرح نموذج الاتصالات التسويقية المتكاملة في المنشآت الخدمية.</li> <li>• تحديد أهداف المزيج الاتصالي للخدمة وشرح أدواته.</li> </ul>                           | ILO7   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف التوزيع كأحد أدوات المزيج التسويقي في الخدمات</li> <li>• تحديد وظائف قناة التوزيع</li> <li>• معرفة أهداف التوزيع في المؤسسات الخدمية</li> <li>• تحديد بدائل استراتيجيات التوزيع.</li> </ul>  | ILO8   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• فهم اللقاء الخدمي وأهميته في المنشآت الخدمية</li> <li>• معرفة حدود الإنتاج ومسؤولياته بين مقدم الخدمة والعميل</li> <li>• تحديد دور موظفي الاتصال مع العملاء</li> <li>• فهم دور العملاء ومشاركتهم في إنتاج الخدمة و التفاعل بين العملاء وأثره على إنتاج الخدمة</li> </ul>       | ILO9   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• فهم دور الدليل المادي في تسويق الخدمة</li> <li>• تعريف مفهوم البيئة وأنواعها</li> <li>• تحديد عناصر البيئة المادية للخدمة ودورها وصعوبات تصميمها.</li> </ul>   | ILO 10 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• فهم ماهية التسويق بالعلاقات وأهميته</li> <li>• تحديد أنواع العلاقات بين العميل والشركة الخدمية</li> <li>• إدارة العلاقة باستخدام تكاليف التحول</li> <li>• تصنيف العملاء تبعاً لمستوى الربحية</li> <li>• معرفة أسباب تحول العملاء لمقدمي خدمات منافسين.</li> </ul>              | ١١ ILO |

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

٥- محتوى المقرر: (١٤ ساعة مجموع الساعات المسجلة، ١٤ ساعة مجموع الساعات المتزامنة)

| المحصّلات التعليمية | القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت                  | ساعات مسجلة | ساعات متزامنة | أنماط المهام   | القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت |
|---------------------|---|-------------|---------------|--|--|
| ILO1                | الفصل الأول: مقدمة في الخدمات (أهميتها- خصائصها- تصنيفها) |             |               | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |
| ILO2                | الفصل الثاني: عناصر المزيج التسويقي للخدمة                |             |               | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |
| ILO3                | الفصل الثالث: مفهوم جودة الخدمة وبناء توقعات العملاء      |             |               | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |
| ILO4                | الفصل الرابع: بناء المكانة الذهنية للخدمات                |             |               | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |

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

|  |  |  |  |   |      |
|--|--|--|--|---|------|
|  | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |  | الفصل الخامس: تصميم ومعايير الخدمة                            | ILO5 |
|  | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |  | الفصل السادس: استراتيجية تسعير الخدمة                         | ILO6 |
|  | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |  | الفصل السابع: استراتيجية توزيع الخدمة                         | ILO7 |
|  | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |  | الفصل الثامن: الاتصالات التسويقية المتكاملة للخدمة            | ILO8 |
|  | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |  | الفصل التاسع: اللقاء الخدمي وأدوار الموظفين والعملاء والوسطاء | ILO9 |

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

|  |  |  |  |  |        |
|--|--|--|--|--|--------|
|  | <input type="checkbox"/> تمارين (TD)<br><input type="checkbox"/> وظائف<br><input type="checkbox"/> حلقات بحث<br><input type="checkbox"/> مشاريع<br><input type="checkbox"/> تجارب<br><input type="checkbox"/> أخرى ..... |  |  | الفصل العاشر: الدلائل الملموسة وبيئة تقديم الخدمات | ILO 10 |
|  | <input type="checkbox"/>   |  |  | الفصل الحادي عشر: بناء العلاقات مع العملاء         | ILO 11 |

#### ٦- معايير التقييم:

| نمط التقييم |               |          |      |                            | النتائج التعليمية | المحصلات التعليمية                              | ILO Code |
|-------------|---------------|----------|------|----------------------------|-------------------|---|----------|
| تقارير      | عروض ومقابلات | امتحانات | عملي | تفاعل في الجلسات المتزامنة |                   |   |          |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | مقدمة في الخدمات (أهميتها- خصائصها- تصنيفها)    | ILO1     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | عناصر المزيج التسويقي للخدمة                    | ILO2     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | مفهوم جودة الخدمة وبناء توقعات العملاء          | ILO3     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | بناء المكانة الذهنية للخدمات                    | ILO4     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | تصميم ومعايير الخدمة                            | ILO5     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | استراتيجية تسعير الخدمة                         | ILO6     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | استراتيجية توزيع الخدمة                         | ILO7     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | الاتصالات التسويقية المتكاملة للخدمة            | ILO8     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | اللقاء الخدمي وأدوار الموظفين والعملاء والوسطاء | ILO9     |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | الدلائل الملموسة وبيئة تقديم الخدمات            | ILO10    |
| X           |               | X        | X    | X                          |                   | بناء العلاقات مع العملاء                        | ILO11    |

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

٧- أدوات ومختبرات القسم العملي:

| توصيفها | إسم الأداة |
|---------|------------|
|         | لا يوجد    |

٨- المراجع الأساسية:

|  |
|--|
| المجني، رانية (٢٠١٦) ، تسويق الخدمات، الجامعة الافتراضية |
|--|

٩- المراجع الإضافية:

|   |
|---|
| <p>الطائي، حميد، العلاق، بشير، (٢٠٠٩) تسويق الخدمات، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.</p> <p>2.الضمور، هاني، (٢٠٠٩) تسويق الخدمات، الطبعة الخامسة، عمان، دار وائل للنشر.</p> <p>Palmer, Adrian. (2009) Principles of Service Marketing. Fourth Edition, Mc Graw- Hill.</p> <p>Zeithaml, Valarie and Bitner, Mary Jo. (2017) Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm. Second Edition; Mc Graw- Hill.</p> |
|---|