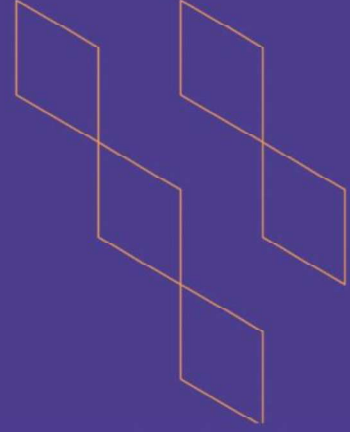




## توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



|   |
|---|
| اسم المقرر: تسويق الخدمات                       |
| رمز المقرر: ٢٢٢٥٢ تسقا-٢                        |
| البرنامج: التسويق الالكتروني (دبلوم متوسط)      |
| القسم العلمي: وحدة التخصصات الإدارية والانسانية |
| الكلية: التطبيقية                               |
| المؤسسة: جامعة الملك خالد                       |
| نسخة التوصيف: 4                                 |
| تاريخ آخرمراجعة: ابريل ٢٠٢٤ م                   |

معتمد نهائي





### جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ..... ٣
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ..... ٤
- ج. موضوعات المقرر ..... ٥
- د. أنشطة تقييم الطلبة ..... ٦
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: ..... ٦
- و. تقويم جودة المقرر: ..... ٧
- ز. اعتماد التوصيف: ..... ٧

معتمد نهائي



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

### ١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة : (ساعتان)

٢. نوع المقرر

|     |  |                                     |  |                                     |                               |
|-----|--|-------------------------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------|
| أ - | <input type="checkbox"/> متطلب جامعة       | <input type="checkbox"/> متطلب كلية | <input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص | <input type="checkbox"/> متطلب مسار | <input type="checkbox"/> أخرى |
| ب - | <input checked="" type="checkbox"/> إجباري | <input type="checkbox"/> اختياري    |  |                                     |                               |

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الثانية/ المستوى الثالث )

٤. الوصف العام للمقرر

يشرح هذا المقرر المفاهيم الأساسية لتسويق الخدمات والمهارات المطلوبة لذلك، إذ يتناول مفهوم تسويق الخدمات من خلال شرح مفهوم الخدمة وتحليل عرض الخدمة والمزيج التسويقي للخدمات، وكذلك تعريفه بطريقة تحديد جودة الخدمة وكيفية بناء المكانة الذهنية لها وذلك من خلال طريقة تصميمها ووضع معايير لها حتى يستطيع بالتالي تسعيرها.

٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٦. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

- تعريف الطالب بمفاهيم و خصائص " تسويق الخدمات " Services Marketing ، و عناصر مزيجه التسويقي.
- تمكين الطالب من شرح مفهوم جودة (تسويق الخدمات) بالطرق التقليدية ، و الإلكترونية.
- تحديد إستراتيجيات بناء العلاقات مع العملاء ، فيما يخص " تسويق الخدمات " ..

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

| م | نمط التعليم          | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|----------------------|-----------------------|--------|
| ١ | تعليم التقليدي       | -                     | -      |
| ٢ | التعليم الإلكتروني   | -                     | -      |
| ٣ | التعليم المدمج       | ٣٠                    | %١٠٠   |
|   | • التعليم التقليدي   | ٢٠                    | %٦٦,٦٦ |
|   | • التعليم الإلكتروني | ١٠                    | %٣٣,٣٣ |
| ٤ | التعليم عن بعد       | -                     | -      |

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

معتمد نهائي



| م | النشاط  | ساعات التعلم | النسبة |
|---|---------|--------------|--------|
| ١ | محاضرات | ٣٠           | %١٠٠   |



|          |                 |    |      |
|----------|-----------------|----|------|
| ٢        | معمل أو إستوديو | -  | -    |
| ٣        | ميداني          | -  | -    |
| ٤        | دروس إضافية     | -  | -    |
| ٥        | أخرى            | -  | -    |
| الإجمالي |                 | ٣٠ | ٪١٠٠ |

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

| الرمز                                    | نواتج التعلم                     | رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج | استراتيجيات التدريس  | طرق التقييم   |
|--|----------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| <b>1.0 المعرفة والفهم</b>                |                                  |                                   |  |   |
| 1.1                                      | يعرف مفهوم وأهمية تسويق الخدمات  | K1<br>١ع                          | - محاضرات<br>- مجموعات العمل<br>- التعلم الذاتي                    | - الاختبارات<br>- المهام<br>- الواجبات                |
| 1.2                                      | يُصنف مزايا و عيوب تسويق الخدمات | K3<br>٣ع                          | - المناقشات فني<br>- منتديات Bb                                    |   |
| <b>2.0 المهارات</b>                      |                                  |                                   |  |   |
| 2.1                                      | يطبق إستراتيجيات تسويق الخدمات   | S1<br>١م                          | - المناقشة والحوار<br>- العصف الذهني                               | العروض التقديمية                                      |
| 2.2                                      | يقيم تطبيقات تسويق الخدمات       | S2<br>٢م                          | - دراسة الحالة<br>- العروض الفردية والجماعية<br>- المناقشة والحوار | الأسئلة الشفهية المباشرة<br>الأنشطة الفردية والجماعية |
| ٢,٣                                      | يُصمم موقعاً لتسويق الخدمات      | S4<br>٤م                          | - المناقشة والحوار<br>- العصف الذهني                               | العروض التقديمية                                      |
| <b>3.0 القيم والاستقلالية والمسؤولية</b> |                                  |                                   |  |   |
| 3.1                                      | التصرف بمسؤولية تجاه المواقف.    | V2<br>٢ق                          | - المناقشة والحوار<br>- الأنشطة الفردية و الجماعية                 | الملاحظة<br>-   |
| 3.2                                      | التصرف بشكل أخلاقي مع الآخرين    | V2<br>٢ق                          | - الأنشطة الفردية و الجماعية                                       | - الملاحظة  |
| ٣,٣                                      | يشارك بكفاءة وفاعلية             | V2<br>٢ق                          | - المناقشة والحوار<br>- الأنشطة الفردية و الجماعية                 | - الملاحظة  |

معتمد نهائي





| الرمز | نواتج التعلم            | رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج | استراتيجيات التدريس                                | طرق التقييم   |
|-------|-------------------------|-----------------------------------|--|---|
| ٣,٤   | يتمثل بالنزاهة والامانة | V2<br>ق٢                          | - المناقشة والحوار<br>- الأنشطة الفردية و الجماعية | - نظام أخلاقيات الطالب الجامعي.<br>- ميثاق ولوائح أخلاقيات الجامعة.<br>- ميثاق الأداء |

### ج. موضوعات المقرر

| م  | قائمة الموضوعات  | الساعات التدريسية المتوقعة |
|----|--|----------------------------|
| ١  | مدخل مفاهيمي لتسويق الخدمات :<br>السوق / التسويق / التسوق / تسويق الخدمات / فعالية و كفاءة التسويق | 2                          |
| ٢  | الأهمية / الخصائص / التصنيفات لتسويق الخدمات   | 2                          |
| ٣  | المزيج التسويقي لتسويق الخدمات   | 2                          |
| ٤  | إستراتيجيات تسعير الخدمات  | 2                          |
| ٥  | إستراتيجيات ترويج الخدمات  | 2                          |
| ٦  | إستراتيجيات توزيع الخدمات  | 2                          |
| ٧  | الجودة / البناء / توقعات العملاء.  | 2                          |
| ٨  | تحديد موقع الخدمة.   | 2                          |
| ٩  | تصميم الخدمات / تحديد معايير الخدمة.   | 2                          |
| ١٠ | التسويق المتكامل / الاتصالات   | 2                          |
| ١١ | أدوار الموظفين / العملاء / الوسطاء.  | 2                          |
| ١٢ | العلاقات مع العملاء  | 2                          |
| ١٣ | إدارة العلاقات مع العملاء  | 2                          |
| ١٤ | الاتجاهات الحديثة في تسويق الخدمات   | 2                          |
| ١٥ | أخلاقيات تسويق الخدمات   | 2                          |
|    | المجموع  | ٣٠                         |

معتمد نهائي



### د. أنشطة تقييم الطلبة

| م       | أنشطة التقييم  | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|---------|--|--------------------------|-------------------------------|
| ١       | واجب ورقي فردي عن درس (المزيج التسويقي لتسويق الخدمات)                           | الأسبوع الثالث           | ٥%                            |
| ٢       | مشروع نقاشي جماعي (واجب الكتروني عن الخصائص والتصنيفات المتعلقة بتسويق الخدمات). | الأسبوع الخامس           | ١٠%                           |
| ٣       | واجب الكتروني فردي عن إستراتيجيات ترويج الخدمات                                  | الأسبوع السابع           | ٥%                            |
| ٤       | الاختبار الفصلي  | الثامن/التاسع            | ٢٠%                           |
| ٥       | واجب فردي عن تصميم الخدمات.  | الأسبوع العاشر           | ٥%                            |
| ٦       | واجب نقاشي جماعي بالفصل عن تصميم الخدمات   | الأسبوع الحادي عشر       | ٥%                            |
| ٧       | واجب ورقي فردي عن إدارة العلاقات مع العملاء                                      | الثالث عشر               | ١٠%                           |
| ٨       | الاختبار النهائي   | السادس عشر/السابع عشر    | ٤٠%                           |
| المجموع |  |                          | ١٠٠%                          |

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره).

### هـ. مصادر التعلم والمرافق:

#### ١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

|  |                      |
|--|----------------------|
| ○ صالح سليمان الرشيد ، تسويق الخدمات ، الناشر : مكتبة المتنبئ ، ٢٠١٥ ، ٢٨٦ صفحة ( الكتاب متوفر لدي مكتبة جرير و بالأقساط ) | المرجع الرئيس للمقرر |
| ○ مني حاتم صالح / أسامة أحمد عبدالقادر ، مبادئ التسويق الحديث و تطبيقاتها ، ٢٠٢٢ ، ٦٠٠ صفحة                                | المراجع المساندة     |
| ○ أ.د. حميد الطائي /د. بشير العلاق ، تسويق الخدمات ، الناشر : دار اليازوردي للنشر و التوزيع ، ٢٠١٩ ، ٤٣٩ صفحة              |                      |
| Electronic materials<br>websites<br>-Electronic Economy Newspaper  | المصادر الإلكترونية  |
| ما يُناسب المقرر .   | أخرى                 |

#### ٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| العناصر   | متطلبات المقرر  |
|---|---|
| المرافق النوعية<br>(القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ) | قاعة محاضرات تتسع لـ ٥٠ طالب مزودة Smart Board<br>and Data Show |

مُعتمد نهائي





| متطلبات المقرر   | العناصر   |
|--|---|
| (جهاز العرض، السبورة الذكية، البرامج) البرامج التي تعتمد على الكمبيوتر.          | التجهيزات التقنية<br>(جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات) |
| توفير أجهزة حاسوب بالعدد الكافي (عند الضرورة)، مع مستلزمات عرض الشرائح التعليمية | تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)                                  |

### و. تقويم جودة المقرر:

| مجال التقييم                   | المقيمون  | طرق التقييم   |
|--------------------------------|---|---|
| فاعلية التدريس                 | الطلاب  | رأي الطلاب عن طريق الاستبيانات السابقة واللاحقة لتدريس المقرر.  |
| فاعلية طرق تقييم الطلاب        | - المراجع النظير<br>- لجنة الجودة<br>- أعضاء هيئة التدريس | - مراجعة النظير<br>- التحقق الخارجي بواسطة عضو هيئة تدريس آخر.<br>- تصحيح عينة بواسطة عضو آخر من برنامج مماثل . |
| مصادر التعلم                   | - الطلاب<br>- أعضاء هيئة التدريس                          | - بطاقة الملاحظة<br>- الاستبيانات   |
| مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر | - أعضاء هيئة التدريس                                      | - الاختبارات.<br>- التقييمات والواجبات.<br>- الاستبانات   |
| فاعلية المقرر                  | لجنة الخطط والمناهج-أعضاء هيئة التدريس                    | *الاستبانات   |

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).  
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

### ز. اعتماد التوصيف:

|              |                                       |
|--------------|---------------------------------------|
| جهة الاعتماد | لجنة الخطط والمناهج بالكلية التطبيقية |
| رقم الجلسة   | ٤٥/٥/١                                |
| تاريخ الجلسة | ١٤٤٥/١٢/٣ هـ                          |

معتمد نهائي

