

اسم المقرر:	تسويق الخدمات
رمز المقرر:	سوق 202
الساعات المعتمدة:	3 ساعات
السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر:	السنة الأولى - المستوى الثاني
البرنامج:	العلوم الإدارية والإنساني - التسويق
الكلية:	الكلية التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أهداف المقرر:

يتناول المقرر موضوعات تتعلق بخصائص الخدمات والفروق بين تسويق السلع وتسويق الخدمات وما يترتب عليها من آثار عند تصميم الاستراتيجية التسويقية للخدمات، وسلوك المستهلك في مجال الخدمات، والمزيج التسويقي للخدمات، وكيفية تقييم المستهلك لجودة الخدمة ومستوى رضائه عنها، وتحديد وتقييم العناصر الهامة في الخدمات المقدمة، وكيفية بناء علاقات قوية ومستمرة مع عملاء الخدمات.

موضوعات المقرر:

م	قائمة الموضوعات
1	مقدمة في مفهوم الخدمات ويشمل: <ul style="list-style-type: none"> مفهوم الخدمة وأهميتها وخصائصها. تصنيف الخدمات. العوامل المؤثرة على الخدمات. مشاكل تسويق الخدمات. مفهوم جودة الخدمة وقياسها. الاتجاهات العالمية الحديثة في مجال تسويق الخدمات .
2	تسعير الخدمات ويشمل: <ul style="list-style-type: none"> مفهوم وأهداف التسعير. العوامل المؤثرة على قرار التسعير. طرق تسعير الخدمات.

3	• سياسات تسعير الخدمات. توزيع الخدمات ويشمل: • مفهوم وأهمية توزيع الخدمات. • منافع التوزيع. • انواع قنوات توزيع الخدمات. • استراتيجيات منافذ توزيع الخدمات. • استراتيجيات تغطية السوق. • دور التكنولوجيا في عملية التوزيع.
4	ترويج الخدمات ويشمل: • مفهوم ترويج الخدمة وأهميته. • العوامل المؤثر على الترويج. • عناصر المزيج الترويجي للخدمة.
5	العنصر البشري في الخدمة المصرفية ويشمل: • مفهوم العنصر البشري وأهميته في تسويق الخدمات. • البيع الشخصي في تسويق الخدمات .
6	البيئة المادية (الدليل المادي) في الخدمات وتشمل: • تعريف الدليل المادي وأهميته في تسويق الخدمات. • تصنيفات الدليل المادي للخدمات. • الدليل المادي وجودة الخدمة .
7	عملية تقديم الخدمة وتشمل: • مفهوم وأهمية عملية التقديم. • العوامل المؤثرة على عملية التقديم.
8	بناء العلاقة مع العميل ويشمل: • مفهوم إدارة علاقة الزبون وأهميته وعناصره الأساسية. • مفهوم تسويق علاقات العملاء وأهميته وعناصره الأساسية .
9	مقالات متخصصة معاصرة في مجال تسويق الخدمات



مراجع المقرر:

<ul style="list-style-type: none">• الدكتور هاني الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، عمان: 2009.• الدكتور إياد النسور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان: 2014. <p>Services Marketing, 4/e, by Zeithaml and Bitner , McGraw-Hill, Companies, Incorporated, 2006</p>	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none">▪ موقع المقرر على شبكة الانترنت من خلال منصة blackboard يتم من خلاله تسليم الواجبات الكترونيا وطرح أسئلة النقاش ورفع محتوى المقرر بحيث يتاح للطالب/ة بشكل كامل، ونشر الاختبارات القصيرة الإلكترونية، كما يتم عرض الاعلانات الخاصة بالمقرر وتقديم التغذية الراجعة المباشرة للطالب/ة وتقوم المقرر وطرق تدريس عبر استبانات توزع الكترونيا.▪ قنوات الفيديو التعليمية لتصميم الحملات الترويجية على اليوتيوب.▪ تكليف الطالب/ة بالبحث عن مصادر تعلم إلكترونية مفيدة ومشاركتها مع الزملاء.▪ المكتبة الرقمية السعودية <p>https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx</p> <ul style="list-style-type: none">▪ المجالات والدوريات والمواقع الإلكترونية	المصادر الإلكترونية
المشاركة بالأنشطة اللامنهجية.	أخرى

