

دليل المادة التعليمية Syllabus

اسم المادة:

الميدان	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	الفرع	علوم تجارية
التخصص	تسويق	المستوى	السنة الثالثة
السداسي	الخامس	السنة الجامعية	2024 /2023

التعرف على المادة التعليمية

اسم المادة	تسويق الخدمات	وحدة التعليم	منهجية
عدد الأرصدة	5	المعامل	2
الحجم الساعي الأسبوعي	1.30	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	1.30
أعمال م/تظ (عدد الساعات في الأسبوع)	1.30	أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	1.30

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب	فؤاد بوجنانة	الرتبة	أستاذ محاضر قسم ب
تحديد موقع المكتب	المكتب رقم 11	البريد الإلكتروني	F.boudjenanacntre-univ-mila.dz
رقم الهاتف	/	توقيت الدرس ومكانه	الثلاثاء القاعة رقم 19

وصف المادة التعليمية

<p>أساسيات التسويق 1 و 2</p>	<p>المكتسبات</p>
<p>التمكن من فهم خصوصيات التسويق وتطبيقاته في مجال الخدمات</p>	<p>الهدف العام للمادة التعليمية</p>
<p>ينبغي على الطالب بعد دراسته لهذه المادة :</p> <ul style="list-style-type: none"> • فهم خصوصية الخدمات • فهم الفروقات بين تسويق الخدمات وتسويق المنتجات الملموسة. • فهم خصوصيات المزيج التسويقي للخدمات • فهم سلوك المستهلك في مجال الخدمات 	<p>أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)</p>

<p>تطوير القدرة على:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ تحليل المزيج التسويقي لمؤسسة خدمية. ○ تصميم خدمة تتكيف مع توقعات العملاء وسلوكياتهم ○ تحسين جودة الخدمة ○ ضمان ولاء ورضا العملاء 	•
--	---

محتوى المادة التعليمية

مدخل إلى تسويق الخدمات.	المحور الأول
مفهوم الخدمة و خصائصها المميزة.	المحور الثاني
حزمة الخدمة (الخدمة الجوهر والخدمات الداعمة).	المحور الثالث
تصنيف الخدمات	المحور الرابع
المزيج التسويقي الخدمي.	المحور الخامس
سلوك المستهلك في الخدمات.	المحور السادس
إدارة العلاقة والتفاعل في الخدمات	المحور السابع
إدارة جودة الخدمات	المحور الثامن

طريقة التقييم

الوزن النسبي للتقييم		العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
67 %	67 %	20/20	امتحان
30 %	33 %	20	امتحان جزئي
30 %			أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)
-			أعمال تطبيقية
5 %			المشروع الفردي
-			الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
-			خرجات ميدانية
30 %			المواظبة (الحضور/ الغياب)
5 %			عناصر أخرى (المشاركة)

تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية وطبيعة تقييمها امتحان ومراقبة مستمرة يقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي

معدل المادة	نقطة المحاضرة * 0.6 + نقطة الأعمال الموجهة/التطبيقية * 0.4 =
<i>Moy.M</i>	$= (Note Ex * 0.6) + (Note Td * 0.4)$

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر والسنة
Services marketing : people, technology, strategy	Jochen Wirtz & Christopher Lovelock	Pearson Education 2022.
essentials of Services marketing	Jochen Wirtz	, Pearson Education, 2023

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

1. لراي سفيان، تسويق الخدمات، 2019
2. زاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات، 2012

التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة

التاريخ	محتوى المحاضرة	الأسبوع
	مدخل إلى تسويق الخدمات.	الأسبوع الأول
	مفهوم الخدمة و خصائصها المميزة.	الأسبوع الثاني
	حزمة الخدمة (الخدمة الجوهر والخدمات الداعمة).	الأسبوع الثالث
	تصنيف الخدمات	الأسبوع الرابع
	المزيج التسويقي الخدمي.1	الأسبوع الخامس
	المزيج التسويقي الخدمي.2	الأسبوع السادس
	المزيج التسويقي الخدمي.3	الأسبوع السابع
	المزيج التسويقي الخدمي.4	الأسبوع الثامن
	المزيج التسويقي الخدمي.5	الأسبوع التاسع
	سلوك المستهلك في الخدمات.	الأسبوع العاشر

	إدارة العلاقة والتفاعل في الخدمات	الأسبوع الحادي عشر
	إدارة جودة الخدمات	الأسبوع الثاني عشر
	تطبيقات في تسويق الخدمات	الأسبوع الثالث عشر
	/	الأسبوع الرابع عشر
	/	الأسبوع الخامس عشر
تحده الإدارة	امتحان نهاية السداسي	
تحده الإدارة	الامتحان الاستدراكي للمادة	
الأعمال الشخصية المقررة للمادة		
<ol style="list-style-type: none"> 1. تقدم حصص الأعمال الموجهة على شكل بحوث. 2. إعداد بطاقة قراءة 3. استجواب تقييبي؛ 4. تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodle. 5. الحضور والتفاعل في منصة Moodle. 6. إنشاء دردشة ومنتدى في منصة Moodle للتعليم الإلكتروني. 		
مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية		
رئيس القسم	مسؤول الميدان أو الفرع أو التخصص (حسب المستوى)	الأستاذ مسؤول المادة
	نائب العميد الملحق بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات	
ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية		