

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ - بوالصوف ميلة -

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مخطط مقياس: تسويق خدمات النقل



ماستر 2: تخصص تسويق الخدمات

الأستاذة: د. سعدى مفيدة

السنة الجامعية: 2024/2023

دفعة جانفي 2024

الفهرس

03.....	I.معلومات حول المقياس.....
04.....	II.تقديم المقياس.....
05.....	III.محتوى المقياس.....
06.....	IV.الخريطة الذهنية للمقياس.....
07.....	V.المكتسبات القبليية.....
08.....	VI.الأهداف التعليمية.....
09.....	VII.كيفية تقييم المفاهيم المكتسبة.....
10.....	VIII.أنشطة التعلم والتعليم.....
11.....	IX.المقاربة البيداغوجية.....
12.....	X.سيرورة العمل.....
13.....	XI.المراجع والمصادر.....

I. معلومات حول المقياس

اسم المادة: تسويق خدمات النقل			
الميدان	علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير	الفرع	علوم تجارية
التخصص	تسويق الخدمات	المستوى	الثانية ماستر
السداسي	الثالث	السنة الجامعية	2024/2023
التعرف على المادة التعليمية			
عدد الأرصدة	06	وحدة التعلم	أساسية
		المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي	03: 00 سا	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	01: 30 سا
أعمال م/تظ (عدد الساعات في الأسبوع)		أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	01: 30 سا
مسؤول المادة التعليمية			
الاسم واللقب	مفيدة سعدي	الرتبة	أستاذ مساعد
تحديد موقع المكتب	المكتب 22	البريد الإلكتروني	saadi.m@centre-univ-mila.dz

II. تقديم المقياس

تسويق خدمات النقل يعتبر مقياساً أساسياً من المقاييس التي تدخل في إطار التكوين في مرحلة الماستر الأكاديمي لتخصص تسويق الخدمات باعتبار المقياس يتناول فرعاً من فروع الخدمات التسويقية.

فقطاع النقل يحتل مكانة متميزة في مختلف مجالات التنمية من خلال الخدمات التي يقدمها لباقي الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية كما يعتبر النقل نشاطاً خدمياً ينتج عنه منفعة مكانية وزمنية.

وتكمن أهمية تسويق خدمات النقل من حيث أهميته كحاجة إنسانية، مكانته المتميزة في مختلف مجالات التنمية، حيث يشهد تطوراً كبيراً ونموً متسارعاً في الطلب بما انعكس على مؤسساته بالشكل الذي جعل المنافسة بين هذه الأخيرة قوية وشديدة الأمر الذي أدى إلى تطبيق المفهوم التسويقي في مؤسسات خدمات النقل وباعتبار النقل خدمة فهو يعتمد بالضرورة على التسويق الخدمي وبالتالي أصبح التسويق الشغل الشاغل لكل مؤسسات خدمات النقل.

وبذلك فهذا المقياس يعتبر استمراراً للمعارف التي اكتسبها الطالب في السداسي الثاني من خلال دراسة مقياس تسويق الخدمات حيث يتم ربط وإسقاط الأفكار المتحصل عليها عند التطرق لطبيعة خدمات النقل، أنواعها، جودتها والمزيج التسويقي لخدمات النقل.

كما يسمح هذا المقياس للطلاب بالوقوف على واقع تسويق خدمات النقل بصفة عامة وتطبيقاته في الميدان بصفة خاصة مع تحليل أهم القوانين التي تحكمه.

III. محتوى المقياس

المحور الأول: طبيعة النقل

المحور الثاني: ماهية خدمات النقل

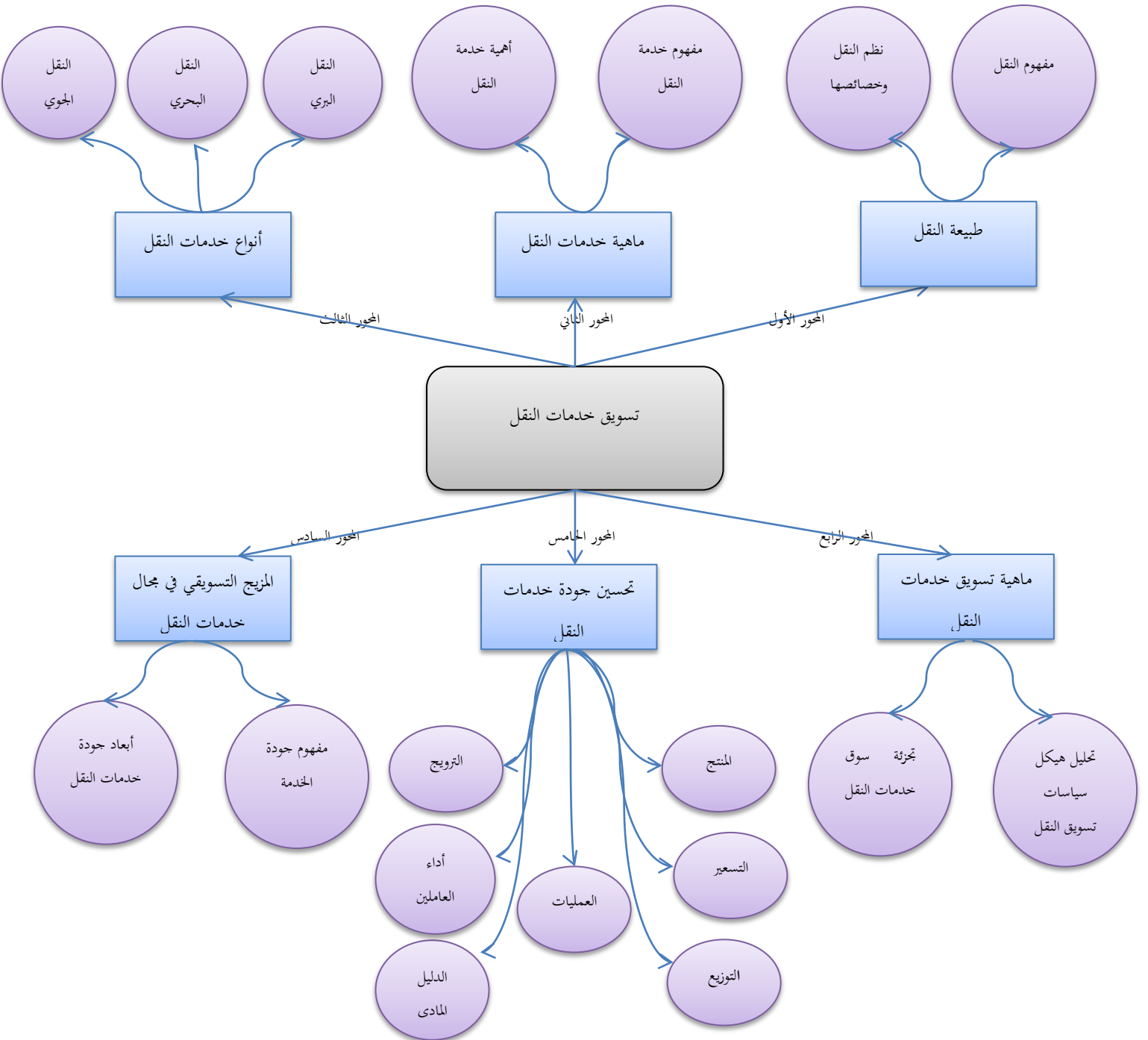
المحور الثالث: أنواع خدمات النقل

المحور الرابع: ماهية تسويق خدمات النقل

المحور الخامس: تحسين جودة خدمات النقل

المحور السادس: المزيج التسويقي في مجال خدمات النقل.

IV. الخريطة الذهنية للمقياس



V. المكتسبات القبلية

يدخل الطالب إلى مقياس تسويق خدمات النقل حاملا معه رصيدا من المعارف والمهارات المكتسبة من خلال دراسات سابقة وتجارب شخصية

تشير المكتسبات القبلية للطلاب في موضوع تسويق خدمات النقل إلى المعرفة والمهارات والخبرات التي يجلبها الطلاب من خلفيتهم القبلية والتي يمكن تطبيقها في سياق تسويق خدمات النقل. وهذه المعارف متعلقة بالتسويق بمختلف مفاهيمه وأنواعه، الخدمة وخدمة النقل والقوانين المتعلقة بمجال النقل.

قبل البدء في الدرس سنقوم باختبار المعارف المسبقة للطلبة، الهدف منه أولا وآخرًا تذكير وترسيخ المفاهيم الأساسية، من خلال وضع امتحان *test de pré-requis*.

VI. الأهداف التعليمية

- ✓ الإحاطة بكل المفاهيم المتعلقة بالخدمة، التسويق، والنقل؛
- ✓ التعرف على أهمية قطاع النقل؛
- ✓ فهم أهم خصائص خدمات النقل؛
- ✓ تمكين الطالب من تمييز التطبيقات التسويقية التي يمكن استعمالها في مجال تقديم خدمة النقل على اختلاف أنواعها؛
- ✓ معرفة تطور خدمات النقل عبر التاريخ ووفق كل المجالات؛
- ✓ التمييز بين مختلف وسائل ووسائط النقل؛
- ✓ تحديد مزايا وعيوب كل نوع من أنواع وسائل النقل؛
- ✓ الحكم على جودة خدمات النقل من خلال المعايير المعتمدة دولياً؛
- ✓ التعرف على أهمية النقل المستدام.

VII. كيفية تقييم المفاهيم المكتسبة

تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة وطبيعة تقييمها امتحان ومراقبة مستمرة. أي تقييم متواصل في الأعمال الموجهة من خلال عدد من المعايير، وامتحان في نهاية السداسي. والجدول التالية يفصل أكثر في معايير وطريقة التقييم:

الوزن النسبي للتقييم		العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
60%	60%	20/20	امتحان
10%	40%	20/20	امتحان جزئي
14%			أعمال موجهة (البحث: إعداد/إلقاء)
-			أعمال تطبيقية
-			المشروع الفردي
-			الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
-			خرجات ميدانية
12%			المواظبة (الحضور/ الغياب)
4%			عناصر أخرى (المشاركة)
			وزن المحاضرة
	وزن الأعمال الموجهة والتطبيقية		

تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية و طبيعة تقييمها امتحان و مراقبة مستمرة ;يقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة:

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

ملاحظة: يجب أن يتحصل الطالب على نتيجة نهائية تضمن له التوفيق في المادة أكبر أو تساوي 10 من 20. يستدعى الطالب الذي لم يتمكن من تحصيل علامة 10 من 20 لاجتياز الامتحان الاستدراكي في نهاية السنة.

VIII. أنشطة التعلم والتعليم

- ✓ قياس معارف ومكتسبات الطالب حول المواد المدرسة مسبقاً، قبل بداية الانطلاق في تدريس المادة في بداية السداس ي بتكليفه بأعمال كتلخيص مضمون المادة المكتسبة.
- ✓ تحضير بطاقة الأعمال الموجهة (fiche TD) (بطاقة لكل حصة حسب الموضوع المناقش) وذلك للمشاركة في إثراء حصة الأعمال الموجهة من جهة وتقييم الطلبة من جهة أخرى.
- ✓ تكليف الطلبة بأعمال فردية إضافة للبحوث.
- ✓ بالإضافة إلى المشاركة في المناقشات وطرح أسئلة في المحاضرة أو في المنتديات الموجودة في منصة Moodle الخاص بالمقياس لإثراء المكتسبات والمعلومات.

IX. المقاربة البيداغوجية

ترتكز المقاربة البيداغوجية على ثلاث ركائز وهي (المعرفة-المهارات-المواقف)، وتعتبر هذه الكفاءات مهمة أساسية في عملية التعلم وتحتاج إلى منهجية للوصول إلى تحقيقها، كما ستدعم بتقويمات عن بعد وحضوريا لاختبار قدرة الطالب على استيعاب المعلومات المقدمة وتحقيق الأهداف المرجوة .

- ✓ **المعارف (savoir):** بالنسبة للمعرفة في المحاضرة سيكتسب الطالب الكفاءة عن طريق تخزين كل المعلومات والمفاهيم الخاصة بالدرس وتدعم هذه الكفاءة بأسئلة نظرية حول مدى الفهم واستيعاب المعلومات.
- ✓ **المهارات (savoir-faire):** ينتقل الطالب إلى الركيزة الثانية وهي المهارات من خلال الخبرة المكتسبة من المعرفة وكيفية تطبيق المعارف والمفاهيم والمعلومات حول تسويق خدمات النقل، وتدعم هذه الكفاءة ببعض الأسئلة المتنوعة التي تزيد من استيعاب الدرس وتثري المفاهيم المقدمة.
- ✓ **المواقف (savoir-être):** وهي الخطوة التي تتيح للطالب المرور إلى مرحلة أكثر تقدما في مساره التكويني، حيث يتمكن من تحويل المكتسبات نحو تطبيقه للأنظمة أو الأمثلة الواقعية القريبة من الحياة العملية، والتمكن تدريجيا من تصميم مشاريع ج تتطلب استثمار الأفكار وفق نظام حسب المعايير للحصول على النتائج المطلوبة.

X. سيرورة العمل

يتم تنظيم المحاضرات والأعمال الموجهة الخاص بالمقياس على النحو التالي:

✓ **المحاضرات:** ففي المحاضرة يتم التعرف واكتساب معارف ومفاهيم اللازمة لتوظيفها في حصص الأعمال الموجهة، كما يتم مناقشة كل المشاكل التي يطرحها الطلبة في منتديات الدردشة الموجودة في منصة Moodle ، ويتم حل بعض دراسات حالة في شكل فرق لتعزيز العمل التشاركي.

✓ **الأعمال الموجهة:** وتكون بعد كل محاضرة بحيث تُخصّص حصص الأعمال الموجهة لتوسيع معارف الطلبة وإحالتهم للبحث عن مواضيع لا يمكن معالجتها في المحاضرة، كما أنه من خلالها يتم التحقق من مدى اكتساب الطالب للكفاءة المنتظرة وقدرته على توظيف معارفه.

XI. المراجع والمصادر

✓ مراجع باللغة العربية

- كربالي بغداد، تسويق الخدمات في البنوك، مجلة الخلدونية في العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة تيارت، العدد 01، 2006.
- خالد طه عبد الكريم، الأبعاد الاقتصادية لقطاع النقل والأسلوب العلمي لتدنية وخفض تكاليف النقل، مجلة الفتح، جامعة ديالى، العراق، العدد 38، 2009.
- سعدون حمود وآخرون، إدارة التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط4، عمان، 2015.
- سعيد البطوطي، التسويق السياحي، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر 2012.
- سمير بوختالة، محمد زرقون، واقع وآفاق تطوير قطاع النقل ودوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية العدد 06، 2017.
- هاتر ادلر، ترجمة عبد القادر ولي، التخطيط في قطاع النقل ومشاريع النقل، بغداد، 1970.
- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط 4، 2008.
- وليام وهاي، ترجمة سعيد عبد الرحمان القاضي، أنيس عبد الله الثير، مقدمة في هندسة النقل، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999.

✓ مراجع باللغة الأجنبية

- Jean-Maurice Bidault, Maurice Jallageas, **Transport public de voyageurs : Qualité de service La Norme NF en 13816**, ed, AFNOR, 2002.
- Joseph Ellis Bar, Intermodal Fare Integration , **Application to the San juan metropolitan Area**, master thesis of science in transportation at the Massachusetts Institute of technology , Northwestern University, june 1995.
- le centre de productivité des transports, **Le Marketing Appliqué Au Transport** , Tome 1, Analyse, Diagnostic, Décisions, Editions Celse , Paris, 1986.
- Mohamed Mezghani, **study on electronic ticketing in public transport**, EMTA European Metropolitan Transport Authorities, 2008.
- Peine. B. **le transport inernational de marchandises, air, Mer, Terre**, Editions Economica, Paris, 2011.
- Philip kotler et Autres, **Marketing Management**, 13eme édition, pearson Education, France, 2009.