

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	إدارة المبيعات
رمز المقرر:	٦٠٢٤٢٦-٣
البرنامج:	التسويق
القسم العلمي:	التسويق
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الطائف

المحتويات

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:	٣
ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:	٤
١. الوصف العام للمقرر:	٤
٢. الهدف الرئيس للمقرر	٤
٣. مخرجات التعلم للمقرر:	٤
ج. موضوعات المقرر	٤
د. التدريس والتقييم:	٤
١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم	٤
٢. أنشطة تقييم الطلبة	٥
هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:	٥
و - مصادر التعلم والمرافق:	٥
١. قائمة مصادر التعلم:	٥
٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:	٥
ز. تقويم جودة المقرر:	٦
ح. اعتماد التوصيف	٦

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة: ٣ ساعات	
٢. نوع المقرر	
أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input checked="" type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى	
ب. <input type="checkbox"/> اختياري <input checked="" type="checkbox"/> إجباري	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر : السنة الثالثة / المستوى الخامس	
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مبادئ التسويق تسق ٣-١-٢٠٢٠٦	
٥. المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد	

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٣ ساعات	١٠٠%
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

٧. ساعات التعلم الفعلية للمقرر (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
١	محاضرات	٤٥ ساعة
٢	معمل أو أستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	٤٥ ساعة
ساعات التعلم الأخرى*		
١	ساعات الاستذكار	٤٥
٢	الواجبات	١٥
٣	المكتبة	١٠
٤	إعداد البحوث	١٠
٥	عروض تقديمية	-
	الإجمالي	١٢٥ ساعة فعلية

* هي مقدار الوقت المستثمر في النشاطات التي تسهم في تحقيق مخرجات التعلم للمقرر، ويشمل ذلك: جميع أنشطة التعلم، مثل: ساعات الاستذكار، إعداد المشاريع، والواجبات، والعروض، والوقت الذي يقضيه المتعلم في المكتبة

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

<p>١. الوصف العام للمقرر: يتضمن المقرر المفاهيم الأساسية لوظيفة البيع الشخصي كوظيفة فرعية من وظائف الترويج، والوظائف الأساسية لإدارة المبيعات (التخطيط للمبيعات، تنظيم إدارة المبيعات، تنفيذ الخطط البيعية، والرقابة والتقييم للنشاط البيعي) . وسياسات إدارة قوة العمل البيعية، والمتعلقة بـ توظيف وتدريب وتحفيز الفريق البيعي. وتحليل الميزانيات التقديرية للمبيعات.</p>
<p>٢. الهدف الرئيس للمقرر أن يحدد الطالب المفاهيم الأساسية لوظيفة البيع الشخصي والأصول العلمية والقواعد المهنية لإدارة فريق العمل البيعي .</p>

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعارف
٢ع	1.1 أن يحدد الطالب سياسات توظيف وتدريب وتحفيز الفريق البيعي
	2 المهارات
١م	2.1 أن يقارن الطالب بين الأنماط المختلفة من العملاء
١م	2.2 أن يميز الطالب بين أساليب معالجة اعتراضات العملاء
	3 الكفاءات
٢ك	3.1 أن يشارك الطالب مع زملائه في تشخيص وتحليل المواقف البيعية المختلفة

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	مقدمة في إدارة المبيعات	٦
٢	تنظيم إدارة المبيعات	٣
٣	مديرو البيع والتسويق	٣
٤	البيع الشخصي	٦
٥	اختيار مندوبي البيع وتوظيفهم	٣
٦	تنمية مهارات مندوبي البيع	٣
٧	تعويض مندوبي البيع ومكافأتهم	٣
٨	المبيعات المتوقعة والتنبؤ بها	٣
٩	الميزانية التقديرية للمبيعات	٣
١٠	تخطيط المناطق البيعية	٣
١١	تخطيط الحصص البيعية وتحديد ها	٣
١٢	تقييم النشاط البيعي	٣
١٣	تقييم أداء مندوبي البيع	٣
المجموع		٤٥ ساعة

د. التدريس والتقييم:

١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعارف		
1.1	أن يحدد الطالب سياسات توظيف وتدريب وتحفيز الفريق البيعي	المحاضرات	الاختبارات
2.0	المهارات		

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.1	أن يقارن الطالب بين الأنماط المختلفة من العملاء	المناقشات	عروض شفوية
2.2	أن يميز الطالب بين أساليب معالجة اعتراضات العملاء	العصف الذهني	عروض تقديمية
3.0	الكفاءات		
3.1	أن يشارك الطالب مع زملائه في تشخيص وتحليل المواقف البيعية المختلفة	لعب أدوار التكليفات الجماعية	العروض التقديمية التقارير

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالية درجة التقييم
١	اختبار دوري	٧	٢٠%
٢	المشاركة والواجبات والأنشطة الصفية	١٥-١	٢٠%
٣	الاختبار النهائي	١٦	٦٠%

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- التواصل مع الطلاب في الساعات المكتبية.
- إرسال رسائل نصية أو بريد الكتروني لتقديم الدعم والإرشاد.
- تفعيل البلاك بورد للتعليم الإلكتروني بالجامعة في الاستشارات والإرشاد الأكاديمي للطلاب.

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	- محمد عبيدات، هاني الضمور، شفيق حداد، المبيعات والبيع الشخصي، (عمان: دار وائل، ٢٠١٤).
المراجع المساندة	- حبيب بن محمد التركستاني، إدارة المبيعات ومهارات البيع، مطابع جامعة الملك عبد العزيز، الطبعة الأولى، ٢٠١٢. - محمود جاسم، ردينة عثمان، إدارة المبيعات، دار المسيرة، ١٤٣١
المصادر الإلكترونية	- http://www.abahe.co.uk/sales-management-enc.html
أخرى	- المكتبة الرقمية السعيدة السعيدة https://sdl.edu.sa/SDLPortal/ar/Publishers.aspx

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... الخ)	قاعات تدريس مناسبة ومجهزة بالمرافق اللازمة لنجاح عملية التدريس.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	أجهزة عرض الكتروني Data Show Projectors جهاز حاسوب
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	-

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	أعضاء هيئة التدريس قيادات البرنامج الطلاب	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	أعضاء هيئة التدريس قيادات البرنامج المراجع النظير	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	أعضاء هيئة التدريس قيادات البرنامج	التقارير
مصادر التعلم	المجلس الاستشاري الطلاب	استطلاعات الرأي
الخدمات والتجهيزات	أعضاء هيئة التدريس الطلاب قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي

مجالات التقويم (مثل فاعلية التدريس، فاعلة طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر، مصادر التعلم ... إلخ) المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها) طرق التقييم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	مجلس قسم التسويق
رقم الجلسة	٨
تاريخ الجلسة	١٤٤٠ / ٧ / ٦ هـ