

اسم المقرر:	تحليل بيئة المبيعات
رمز المقرر:	تام 141 (BA 141)
البرنامج:	الدبلوم الاحترافي في المبيعات
القسم العلمي:	ادارة اعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

المادة التعليمية تساعد الطلاب بفهم:

- أسس تقييم بيئة المبيعات والبحث العلمي المرتبط بتحقيق الأهداف التسويقية للمنشأة.
- الإعلان وأسس التخطيط للحملات الإعلانية وتنفيذها وتقييمها
- تزويد الطلاب بأساسيات أبحاث التسويق والإعلان.
- لتعريف الطلاب على كيفية اختيار عينة كتالوج وخطوات إعداده.
- تمكين الطلاب من تحليل بيانات أبحاث السوق وكتابة التقرير النهائي.
- تعريف الطلاب بأسس التخطيط للحملات الإعلانية وتنفيذها.
- تنمية مهارات الطلاب وتدريبهم على كيفية إعداد أبحاث التسويق والحملات الإعلانية والتصميم والإدارة.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مفاهيم وأسس التسويق	3
2	الجوانب التنظيمية لأبحاث التسويق	3
3	أنواع البحوث التسويقية	3
4	تحليل بيانات أبحاث السوق	6
5	كتابة التقرير النهائي لأبحاث التسويق	6
6	لإعلان كواحد من عناصر المزج الترويجي	6

6	إدارة وتنفيذ الحملات الإعلانية	7
3	قياس نتائج الحملات الإعلانية	8
3	التقنيات الحديثة في إعداد أبحاث التسويق والإعلان	9
3	التدريب على كيفية تصميم وإدارة الحملات الإعلانية	10-

ثالثا : أهداف المقرر

<p>مساعدة الطلاب على زيادة معارفهم ومهاراتهم في مجال بحوث التسويق والترويج.</p> <p>تزويد الطلاب بأساسيات البحوث التسويقية والإعلانية وتوفير موظفين مؤهلين تأهيلا عاليا للمؤسسات العامة والخاصة</p> <p>بنهاية المادة التعليمية سيكون الطالب قادرا على:</p> <p>- معرفة كيفية تسهيل عملية البيع للبائع والمشتري لتقليل التكاليف وزيادة مستوى المبيعات.</p> <p>كتابة التقارير وارسال رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالعمل واستخدام تطبيق الكمبيوتر</p> <p>بنهاية هذا المقرر سيتمكن الطالب من:</p> <p>- تحمل المسؤولية والمشاركة في العمل الجماعي.</p> <p>- تطوير العمل في المشاريع والشركات ومختلف مجالات العمل الأخرى.</p> <p>-تنمية القدرة على مواجهة تحديات سوق العمل.</p> <p>إظهار مهارات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والمهارات الاحصائية</p>

رابعا: المراجع العلمية:

محمود صادق بازرعة، بحوث التسويق، الناشر خوارزم العلمية، 2015 م.

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	امتحان منتصف الفصل الاول	الاسبوع 6	20%
	الحضور	على كامل الفصل	5%
2	العرض التقديمي	على كامل الفصل	5%
	اختبارات قصيرة و الواجبات، حالة دراسية	على كامل الفصل	10%
3	الاختبار النصفى	الاسبوع 14	20%
4	الاختبار النهائي	الاسبوع 16	40%

اسم المقرر:	المبيعات الرقمية
رمز المقرر:	تام ١٤٢
البرنامج:	دبلوم المبيعات الاحترافي
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يتناول هذا المقرر دراسة عدد من الموضوعات في مجال التعليم والتعبير الرقمي للتواصل الفعال وتوجيه الطلاب لتعلم كيفية بناء حياة مهنية ناجحة لتعزيز قدرات الطلاب في هذه المجالات. ايضاً يهدف هذا المقرر إلى إكساب الطلاب المهارات اللازمة في استخدام الإنترنت وفهم أساسيات البيئة الرقمية وكيفية تطوير المبيعات الرقمية.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	الاتجاهات الحديثة في التسويق الرقمي في القرن الحادي والعشرين ، مثل النمو في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، الجيل زد ، جيل الألفية كعملاء.	٦
2	التسويق الرقمي: أهميته - مراحل تطوره	٦
3	التسويق الرقمي وإدارة علاقات العملاء	٦
4	طرق كسب عملاء جدد والتحويل والحفاظ عليهم	٦
5	الإيرادات من منصات الإنترنت	٦
6	التسويق عبر تصميم مواقع عبر الإنترنت: تحسين معدل التحويل (CRO)	٦
7	التسويق الرقمي والتشريعات التي تحمي المنظمة والعميل.	٦
8	التخطيط لاستخدام المنصات الرقمية في المبيعات مثل وسائل التواصل الاجتماعي كجزء من البيع الاجتماعي.	٦
9	إختبار نهائي	
	المجموع	٤٥

ثالثا: أهداف المقرر

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

سيتعرف الطالب على طرق استخدام الإنترنت وأنظمة المعلومات في أنشطة المبيعات من خلال المحاضرات والمناقشات والمشاريع. وفي هذا الصدد ، يجب أن يكون الطالب على دراية بالكمبيوتر واللغة العامة للإنترنت (مثل HTML) وأدوات لغة الإنترنت (مثل متصفحات الويب والبريد الإلكتروني ومحركات البحث الأخرى). يشمل المقرر المشاريع العملية التي ينفذها الطالب على شبكة الإنترنت. بنهاية المقرر سيتمكن الطلاب من:

- فهم أساسيات البيئة الرقمية وكيف تغير وتحسين المبيعات.
 - تطوير حلول لتحويل و اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم باستخدام المنصات الرقمية.
- تنمية المهارات في مجال إدارة علاقات العملاء والبيع الاجتماعي عبر الإنترنت.

رابعا: المراجع العلمية:

يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني: عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، 2012 م.	المرجع الرئيس للمقرر
	المراجع المساندة
www.wsj.com	المصادر الإلكترونية
لا يوجد	أخرى

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار النصفى الاول	الأسبوع ٦	20 %
2	الحضور	على كامل الفصل	5 %
3	الواجبات / العروض التقديمية	على كامل الفصل	5 %
4	الاختبارات / الواجبات / العروض التقديمية	على كامل الفصل	10 %
5	الاختبار النصفى الثاني	الأسبوع ١٤	20 %

اسم المقرر:	كتابة التقارير والاقتراحات
رمز المقرر:	تام ١٤٣
البرنامج:	دبلوم المبيعات الاحترافي
القسم العلمي:	إدارة اعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يقدم هذا المقرر كيفية كتابة التقارير والمقترحات التي تتم قراءتها. يتم كتابة التقارير في مجموعة من التنسيقات و لاسباب متنوعة. سواء كان بغرض عرض تحليل منتج أو جرد أو دراسات جدوى أو أي شيء آخر ، فإن كتابة التقارير هي مهارة سيستخدمها مندوب المبيعات مرارًا وتكرارًا. سيساعد وجود طريقة لإعداد هذه التقارير على أن يكون التقرير البيعي فعالاً قدر الإمكان. سيبني هذا المقرر قاعدة صلبة من مهارات كتابة التقارير البيعية لتقديم المعلومات في الأنماط الرسمية وغير الرسمية وأساليب الاقتراح.

بحلول نهاية المقرر ، يجب أن يكون الطلاب قادرين على:

• التعرف على التقنيات المطلوبة لكتابة التقارير الرسمية وكيفية التواصل بشكل فعال

تعريف الطلاب بالنظريات الأساسية المرتبطة بكتابة التقارير

• تطبيق النظريات المتعلقة بعملية البيع وكتابة التقارير واستخدام الكمبيوتر

إظهار مهارات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والمهارات الحسابي

• إظهار القدرة على التواصل بشكل فعال مع مجموعة من العملاء

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات
1	مفهوم وأدوار تقارير المبيعات والمقترحات والتوصيات

٢	أنواع التقارير البيعية وفوائدها
٣	ما يتعلق بالمتطلبات التشريعية وبيانات الحماية والتقارير
٤	تقييم التقارير البيعية – بناء أفضل الممارسات
٥	التقنيات الحديثة في اعداد التقرير البيعية
٦	اختبار نصف الفصل
٨	مراحل كتابة التقارير البيعية
٩	فوائد التقارير البيعية
10	تقييم التقارير البيعية – بناء أفضل الممارسات
11	البيانات والمعلومات البيعية
12	أساليب جمع البيانات البيعية
13	استخدام وسائل الايضاح لعرض البيانات والمعلومات البيعية
14	تمرين شامل
15	جلسة المراجعة

ثالثا : أهداف المقرر

1.	الامام بالأساليب المطلوب تواجدها لكتابة التقارير والاتصال الفعال مع الاخرين
2.	تعريف الطلاب بالنظريات الأساسية المرتبطة بكتابة التقارير البيعية
3.	تطبيق النظريات المرتبطة بعملية البيع وكتابة التقارير واستخدام تقنيات الحاسب الآلي
4.	كتابة التقارير، ارسال بريد الكتروني مرتبط بالأعمال، استخدام برامج الحاسب الآلي
5.	تعليم الطالب مهارات استخدام الحاسب والشبكات وحزم البرامج ذات الصلة بالموضوع
6.	تمكين الطالب من التفاعل والاتصال مع مجموعة واسعة من العملاء

رابعا: المراجع العلمية:

1- اعداد وكتابة التقارير البيعية ، د. عبد القادر الشبخلي، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2011م.	المرجع الرئيس للمقرر
---	----------------------

المراجع المساندة	مصطفى حمدي راضي، علي يونس، التقارير الإدارية، دار الأصدقاء، 2004م
المصادر الإلكترونية	Journal of Marketing association www.wsj.com
أخرى	لا يوجد

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الواجبات، - اختبارات قصيرة	٥%
٢	العرض التقديمي، كتابة وعرض التقرير البيعي	١٠%
٣	الحضور في بلاك بورد	٥%
٤	اختبارات نصفية ١ / ٢	٤٠%
٥	الاختبار النهائي	٤٠%

اسم المقرر:	مبادئ الإدارة
رمز المقرر:	تام ١٧١
البرنامج:	دبلوم المبيعات الاحترافي
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يتناول هذا المقرر دراسة عدد من الموضوعات في مجال الإدارة. التي تساعد الطلاب على تطوير مجالهم المهني في مجال ادارة الأعمال ووصف أهمية ثقافة المنظمة والقضايا الأخلاقية.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة في الإدارة والتنظيم.	٣
2	فلسفات الإدارة والبيئة التنافسية.	٣
3	ثقافات المنظمة والقضايا الأخلاقية.	٣
4	اتخاذ القرار	٣
5	عملية الإدارة الإستراتيجية	٣
6	إختبار نصفي	٣
7	الهيكل التنظيمي والتصميم التنظيمي	٣
8	إدارة القوى العاملة	٣
9	إدارة التغيير والابتكار	٣
10	تحفيز الموظفين	٣
11	قيادة الموارد البشرية	٣
12	الرقابة	٣
13	تقنيات إدارية لتحسين الجودة	٣
14	إدارة نظم وتقنية المعلومات	٦
15	إختبار نهائي	
	المجموع	٤٠

ثالثاً: أهداف المقرر

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

1- تعريف الإدارة وأهمية الإدارة وفلسفة الإدارة والبيئة التنافسية.

2- وصف أهمية الثقافة التنظيمية.

3- الإدارة و الإستراتيجية.

4-تعريف الادارة الحديثة والابتكار.

5. مناقشة اطوار الرقابة.

رابعاً: المراجع العلمية:

باتمان وسنيل ، الإدارة: المشهد التنافسي الجديد ، الإصدار الرابع عشر ، ماكجرو هيل ، 2013	المرجع الرئيس للمقرر
كونننز ، أو دونيل ، أساسيات الإدارة ، ماكجرو هيل ، 2013.	المراجع المساندة
www.wsj.com	المصادر الإلكترونية
كاثرين تسبح مع سارة هوكر وجوليا إليوت. قاموس اللغة الإنجليزية. المعهد السعودي لتنمية ريادة الأعمال (SEDI). يمكن لهذا المعهد تعزيز مهارة الشخص بعد حصوله على الدبلوم بوثائق اعتماد وما إلى ذلك.	أخرى

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار النصفى الاول	الأسبوع ٦	20 %
2	الحضور	على كامل الفصل	5 %
3	الواجبات / العروض التقديمية	على كامل الفصل	5 %
4	الاختبارات / الواجبات / العروض التقديمية	على كامل الفصل	10 %
5	الاختبار النصفى الثاني	الأسبوع ١٤	20 %
6	الاختبار النهائي	الأسبوع ١٦	40 %

اسم المقرر:	مهارات المبيعات للمحترفين
رمز المقرر:	تام 172
البرنامج:	الدبلوم الاحترافي في المبيعات
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر مهارات البيع وسيطور مهارات الطالب وسلوكياته وتقته لتمكينه من بيع وتلبية احتياجات العميل وتطوير علاقات طويلة الأجل. يهدف المقرر إلى تزويد الطلاب بمجموعة من أدوات البيع والتقنيات التي ستمكنهم من تبني منهج استشاري يعتمد على الحلول عند البيع.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	<ul style="list-style-type: none"> • خصائص البائع المحترف • أساسيات البيع الشخصي • أهمية مهنة البيع • مفاهيم خاطئة عن مهنة البيع • لغة الجسد • مهارات الأصغاء • مهارة بناء الثقة 	9
2	<ul style="list-style-type: none"> • مقدمة لمراحل عملية البيع • بحوث وإعداد ما قبل البيع • الافتتاح البيعي • فهم حاجة العميل • الاستجاب • الميزات والفوائد • التغلب على الاعتراضات • إقفال البيع • رعاية العملاء وتقييم ما بعد البيع 	3
3	<ul style="list-style-type: none"> • التعرف على العملاء • تحديد العملاء • تعريف العملاء المحتملين • تحديد احتياجات العميل ورغبته 	6

		<ul style="list-style-type: none"> • البحث عن عملاء جدد 	
6		<ul style="list-style-type: none"> • المقابلات • التحضير لمقابلة المبيعات • بيانك الافتتاحي: ما هو اقتراحك؟ • ما هي الأسئلة التي ستطرحها للحصول على معلومات حول ما يحتاجه العميل حقاً؟ • تقنيات طرح الأسئلة: أسئلة مفتوحة ومغلقة. 	4
3		<ul style="list-style-type: none"> • عروض البيع 	5
6		<ul style="list-style-type: none"> • الرد على الاستفسارات والاعتراضات • تعريف أنواع الاعتراضات • اعتراضات السعر • اعتراض على المنتج • اعتراض مرتبط بمواصفات المنتج التقنية غير الملائمة. • اعتراض متعلق بعدم كفاية الوقت • اعتراض متعلق بالمسابقة • التفاوض المباشر على الاعتراض • نفي اعتراض غير مباشر • استباق الاعتراض 	6
6		<ul style="list-style-type: none"> • الانتهاء من صفقة البيع • علامات الرغبة في الشراء مصاغة في شكل جمل • علامات الرغبة في الشراء مصاغة في شكل أسئلة • طرق عملية لإغلاق الصفقة • إتمام الصفقة بدائل الخيار الممكن تحقيقها • إتمام المعاملة على افتراض القبول • إتمام المعاملة بردود إيجابية • أسباب عدم إتمام الصفقة 	7
6		<p>تقييم ما بعد البيع</p> <ul style="list-style-type: none"> • تقييم المقابلة • متابعة طلبات العملاء التي تطرأ أثناء عملية البيع. • بناء علاقة جيدة مع العميل • متابعة اقتراحات وشكاوى العملاء • قياس رضا العملاء • تحسس احتياجات العملاء • التواصل مع العملاء وفق خطة مدروسة 	8
45		المجموع	

ثالثاً: أهداف المقرر

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- التمكن من تقنيات فن البيع والمهارات الأساسية لرجال البيع
- فهم مختلف أنواع سياسات العلاقات مع الموزعين والمستهلكين.
- التمكن من واجبات رجال البيع (العرض أو تقديم الاقتراح، كسب ثقة العميل، معالجة الاعتراضات، إتمام عملية البيع).

رابعاً: المراجع العلمية:

Principles of Retailing, John Fernie, Suzanne Fernie and Christopher Moore, 2013.

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	امتحان نصف الفصل الدراسي الأول	6	(% 20)
2	الحضور	على كامل الفصل	(%5)
3	تقديم عمل نظري	على كامل الفصل	(%5)
4	اختبارات قصيرة والواجبات	على كامل الفصل	(%10)
5	امتحان نصف الفصل الدراسي الثاني	14	(%20)
6	الامتحان النهائي	16	(% 40)

اسم المقرر:	فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم
رمز المقرر:	تام 174
البرنامج:	الدبلوم الاحترافي في المبيعات
القسم العلمي:	ادارة اعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

تام 174 (فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم)

أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر احتياجات المبيعات ويشرح كيفية فهم احتياجات العملاء وتفسيراتها. سيعرف هذا المقرر الطلاب على مفهوم العميل على مستوى المستهلك الفرد والسياق المؤسسي. بالإضافة الى ذلك سيتمكن الطلاب من فهم وحدة صنع القرار

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة في سلوك المستهلك وأساسيات البيع الشخصي <ul style="list-style-type: none"> المقدمة تعريف سلوك المستهلك أنواع المستهلكين والمنظمات أهمية وفوائد دراسة سلوك المستهلك تطور سلوك المستهلك مفهوم توجه الإنتاج ، وتوجه المبيعات ، والتوجه التسويقي وتأثيرها على مركزية العميل. 	9 ساعات
2	المستهلك: أسواق توجه الاعمال من التاجر الى المستهلك B2C. فهم سلوك المستهلك ماذا تباع حقا؟ السهولة والراحة؟ القيمة ؟ ما الذي يحفز المستهلكين؟ الشراء العقلاني مقابل الشراء العاطفي	9 ساعات
3	العميل التنظيمي: أسواق توجه الأعمال إلى الأعمال B2B.	6 ساعات

	فهم وحدة اتخاذ القرار ما الذي يؤثر على المشتريين التنظيميين؟	
6 ساعات	الإدراك الحسي وسلوك المستهلك • تعريفات عامة • أنواع المدخلات الحسية • العناصر الإدراكية والمفاهيم ذات الصلة • آثار مدمرة على الإدراك الحسي • تخیلات المستهلك • مجموعة مختارة • الجودة المدركة • المخاطر المتصورة وأنواع المخاطر • استراتيجيات التخفيض وأنواعها • المخاطر	4
9 ساعات	السلوك الشخصي والمستهلك • تعريف الخصائص الشخصية • مراحل تنمية الشخصية • النظريات الشخصية • نظرية الشخصية • نظرية التحليل النفسي • النظرية الاجتماعية • نظرية مفهوم الذات • الآثار التسويقية للخصائص الشخصية	5
6 ساعات	التعلم وسلوك المستهلك • تعريف التعلم • مبادئ التعلم الأساسية • نظريات التعلم ربط سلوك العميل بعملية البيع والمبيعات وفريق المبيعات	6
45	المجموع	

ثالثاً: أهداف المقرر:

- التعرف على مفهوم العميل على مستوى المستهلك الفرد والسياق المؤسسي.
- فهم وحدة صنع القرار (DMU) وعملية صنع القرار (DMP) وتطبيق المعرفة لإعداد عملية المبيعات.
- شرح التأثيرات المختلفة على DMP وفهم دور مندوبي المبيعات في العملية

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- عرض سلوك المستهلك وعلاقته بالبيع
- شرح مبادئ علم النفس
- شرح العوامل البيئية التي تؤثر على سلوك المستهلك
- رفع مستوى مهارات العرض لدى الطالب ، بحيث يمكن تنفيذها في أنشطة المبيعات
- كتابة تقارير واستخدامات تطبيقات الحاسوب
- مهارة كتابة الاتصالات التجارية
- التفكير الابداعي.
- العمل بروح الفريق الواحد
- تحليل الشخصيات
- القدرة على التمييز بين اختلافات المستهلكين في سلوكيات الشراء من خلال الوسائط التسويقية.

رابعاً: المراجع العلمية:

سلوك المستهلك ، مدخل استراتيجي ، 2012 ، إبراهيم عبيدات دار وائل للنشر
ISBN 9957-11-030-6.
سلوك المستهلك ، روجر دي بلاكويل ، الطبعة التاسعة (2004) ، الناشر كلية ساوث ويسترن، طومسون للتعليم.
Consumer Behavior, Roger D. Blackwell, 9 th Edition (2004), South-
Western College Publisher, Thomson Learning.

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار نصف الفصل الأول	الأسبوع 6	20%
2	الحضور		5%
3	عرض تقديمي / واجبات		5%
4	اختبارات قصيرة/ واجبات / عرض تقديمي		10%
5	اختبار منتصف الفصل الثاني	الأسبوع 14	20%
6	اختبار نهائي	الأسبوع 16	40%

اسم المقرر:	مهارات البيع والإقناع
رمز المقرر:	تام 175
البرنامج:	الدبلوم الاحترافي في المبيعات
القسم العلمي:	إدارة أعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

إدارة الإقناع والبيع تعتبر من المهارات الهامة لأي مدير تسويق ذو كفاءة عالية. سيتم تقديم الطلاب بنظريات أساسية في الإقناع والبيع وسيتم تدريبهم على الحصول على المهارات الشخصية والمتعلقة بالتواصل من خلال برامج عملية خاصة بالإقناع والبيع، وتدريبات خاصة بالتخطيط الإداري. المواضيع تتضمن إستراتيجيات الإقناع، تخطيط البيع، تدريب رجال وسيدات البيع، تحفيز الموظفين وتقييم إستراتيجيات البيع والإقناع بشكل عام.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	تعريف مفهوم الإقناع	3
2	مراحل الإقناع وإتمام عملية البيع	3
3	بداية عملية الإقناع	3
4	وسط عملية الإقناع ونهاية عملية الإقناع	6
5	مبادئ الإقناع	6
6	مهارات التواصل اللغوية والغير لغوية في مختلف الثقافات	3
7	المهارات التواصل والإقناع والعلاقات الشخصية	3
8	صفات ومهارات المتحدث الجيد القادر على الإقناع	3
9	قوة ومزايا الإقناع	3
10	إنهاء مقابلة البيع بشكل ناجح: فوز الجميع	9
11	مشاكل التواصل والمفاوضات	3
12	العرض والطلب	6
13	الاختبار النهائي	
	المجموع	45

ثالثا : أهداف المقرر

المادة تهدف إلى تقديم الطلاب لأهم المفاهيم والمهارات المتعلقة بمجال الإقناع وكيفية إغلاق عملية البيع بشكل ناجح بالنسبة للبايع والمشتري. يهدف هذا المقرر الى تمكين الطالب من :

- تقديم المهارات المهمة المتعلقة بالإقناع
- القدرة على إثبات تمكن الطالب من التواصل الناجح مع مختلف الشرائح
- القدرة على فهم المبيع والإقناع
- القدرة على التعامل مع الحاسب الآلي، الشبكات، البرامج الخاص بالمواضيع المتعلقة بالمادة

رابعاً: المراجع العلمية:

محمود صادق بازرعة، بحوث التسويق، الناشر خوارزم العلمية، 2015 م.

Marketing Management, Philip T. Kotler, Kevin Lane Keller, (15th Edition), 2015.

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	إختبار منتصف الترم	الأسبوع 6	20%
2	الحصول	خلال الترم	5%
3	عرض مشروع/ واجبات	خلال الترم	5%
4	اختبارات قصيرة / واجبات/ عرض مشاريع	خلال الترم	10%
5	الإختبار النصفى 2	الأسبوع 14	20%
6	الاختبار النهائي	الأسبوع 16	40%

اسم المقرر:	مبادئ التسويق الحديث
رمز المقرر:	تام 176 (BA176)
البرنامج:	الدبلوم الاحترافي في المبيعات
القسم العلمي:	ادارة اعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يتحدث المنهج عن تحليل التسويق والبيئة فيما يتعلق بالمنتج والتسعير والتوزيع والتواصل من أجل تلبية احتياجات المشتري. يشرح المقرر أهمية التخطيط التسويقي والتنبؤ وأبحاث التسويق ونظم المعلومات. ويشمل تحديد مكونات استراتيجية المنتج ، والتوزيع المادي للمنتج (البيع بالجملة والتجزئة) الذي يتطلب الإعلان ، وترويج المبيعات والعلاقات العامة ، إلى جانب استراتيجية التسعير. يشرح الجودة من حيث صلتها بتسويق المنتجات والعملية واتجاهات التسويق الدولية. يتم تقديم دراسات الحالة باستخدام مهارات الكمبيوتر.

في هذه المادة التعليمية، سيتعلم الطالب أيضاً عملية التسويق و نطاق القرارات التسويقية التي يجب على المؤسسة اتخاذها من أجل بيع منتجاتها وخدماتها.

سيتعلم الطالب أيضاً كيف يفكر كمسوق ، ويكتشف أن تركيز التسويق دائماً على المستهلك واحتياجاته

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات
1	بيئة التسويق المعاصرة عملية التسويق: التعريف والنظرة العامة
2	احتياجات وسلوك المشتريين . الأسواق وتجزئة السوق والأسواق المستهدفة 1. المستهلكون 2. الصناعية

<p>ب. المعلومات التسويقية</p> <p>ج. سلوك المشتري</p>	
<p>التخطيط والتسويق</p> <p>أ. عناصر خطة التسويق</p> <p>1. الهدف والهدف</p> <p>2. الاستراتيجية: بما في ذلك التجزئة والاستهداف وتحديد المواقع.</p> <p>3. التكتيكات: دمج المزيج التسويقي</p> <p>4. التنفيذ</p> <p>5. الموارد: الوقت والميزانية والأشخاص</p> <p>6. التحكم والقياس</p> <p>أ. التنفيذ</p> <p>1. إنشاء العلاقات والحفاظ عليها</p> <p>2. مقاييس النجاح</p> <p>3. قياسات النتائج</p> <p>ب. صورة</p>	3
<p>استراتيجية المنتج</p> <p>تصنيفات المنتجات - السلع والخدمات والتوليفات</p> <p>ب. تطوير المنتج</p> <p>ج. قرارات المنتج</p> <p>د. دورة حياة المنتج</p> <p>هـ. إدارة الجودة</p>	4
<p>أستراتيجية التوزيع</p> <p>التوزيع المادي</p> <p>1. النقل</p> <p>2. التخزين / الجرد</p> <p>3. الترتيب</p> <p>ب. قنوات التسويق</p> <p>1. البيع بالجملة</p> <p>2. البيع بالتجزئة</p>	5

6	استراتيجية الاتصال أ- الإعلان ب. البيع الشخصي ج. ترويج المبيعات د. علاقات عامة ه. التسويق المباشر (نظرة عامة على التسويق الرقمي)
7	استراتيجية تحديد الاسعار أ. سياسات التسعير ب. العرض والطلب ج. العوامل المؤثرة على التسعير
8	إدارة الجودة واتجاهات التسويق الدولية أ. التأثيرات الدولية 1. الاقتصاد العالمي 2. التنوع الثقافي
9	مهارات الحاسب الالى أ. تطبيق عملي ب. مفاهيم تسويق مختارة
المجموع	

ثالثا : أهداف المقرر

لتعريف بالنظريات الضرورية والعملية في مجال التسويق
وإتاحة الفرصة للطلاب لاكتساب المهارات والخبرات اللازمة للعمل في مجال التسويق.
رفع مستوى المعرفة التسويقية لدى الطالب ومهارات التفاعل بحيث يمكن تنفيذها في الأنشطة التسويقية.
- تطوير مهارات كتابة التقارير البيعية بطريقة علمية
القدرة على استخدام الحاسب الالى في أنشطة التسويق. توفير موظفين مؤهلين تأهيلا عاليا لصناعة المبيعات
العمل بشكل مستقل وكجزء من فريق واكتساب مسؤوليات القيادة.
تقييم وإدارة الموارد والوقت والأعضاء الآخرين في المجموعة

رابعاً: المراجع العلمية:

اصول التسويق ، مدخل تحليلي، ناجي معلا 2014

Principles of Marketing, Philip T. Kotler, Gary Armstrong, 16th Edition, 2015.

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

النسبة من إجمالي درجة التقييم	أنشطة التقييم	م
%20	امتحان منتصف الفصل الاول	1
%5	الحضور	
%5	العرض التقديمي	2
%10	اختبارات قصيرة و الواجبات	
%20	الاختبار النصفي	3
%40	الاختبار النهائي	4

اسم المقرر:	مديري المبيعات والتحليل المالي
رمز المقرر:	تام 177
البرنامج:	الدبلوم الاحترافي في المبيعات
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

أولاً: توصيف المقرر:

هذا المقرر عبارة عن دراسة استقصائية لجميع جوانب تمويل إدارة المبيعات، بما في ذلك تقدير إمكانيات المبيعات والتنبيؤ بالمبيعات والتحليل المالي ويتطرق هذا المقرر أيضا مشاكل تمويل إدارة المبيعات النموذجية والحلول المحتملة.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة في مبادئ التمويل وإدارة المبيعات	6
2	لامتيازات	3
3	تحليل الفرص	3
4	استراتيجية تحسين الانتاج	3
5	امتحان نصف الفصل	3
6	المتطلبات لتطوير الاعمال	3
7	التحليل المالي	6
8	إدارة الحسابات البيعية	3
9	دراسة ميزانية الشركة	3
10	دراسة الاسعار	6
11	دراسة الاقتصاد المنفتح	6
	المجموع	45

ثالثا: أهداف المقرر

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بالمهارات اللازمة في مجال الشؤون المالية لإدارة المبيعات وفهم العمليات المالية الأساسية في مجال الأعمال. سوف يساعدهم على اتخاذ قرارات أفضل.

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- التمكن من أساسيات التحليل المالي
- التمكن من أساسيات التحليل الاقتصادي.
- وصف الطلب والعرض في السوق
- تقييم الوضع المالي في الشركة
- زيادة معرفته ومهاراته في العلاقات الميدانية بين التمويل والمبيعات
- القدرة على استخدام الكمبيوتر في أنشطة التسويق والمبيعات

رابعا: المراجع العلمية:

Ed Cozdrey, The Sales Manager's Guide to Sanity 2014.

Michael Parkin, *Economics*, 16th Edition, Addison Wesley, 2013.

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	امتحان نصف الفصل الدراسي الأول	6	(% 20)
2	الحضور	على كامل الفصل	(%5)
3	تقديم عمل نظري	على كامل الفصل	(%5)
4	اختبارات قصيرة والواجبات	على كامل الفصل	(%10)
5	امتحان نصف الفصل الدراسي الثاني	14	(%20)
6	الامتحان النهائي	16	(% 40)

اسم المقرر:	تخطيط المبيعات
رمز المقرر:	تام 178
البرنامج:	الدبلوم الاحترافي في المبيعات
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبد العزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يصف هذا المقرر تخطيط المبيعات وتوضيح كيف كلما زادت معرفتك بعملائك، زاد احتمال فهمك لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم وإيجاد الطرق الصحيحة لتحقيق خدمة العملاء المتميزة.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	استراتيجية المبيعات	3
2	مفهوم إدارة المبيعات وعلاقتها مع الإدارات الأخرى	3
3	تنظيم نشاط البيع	3
4	مقدمة لعملية تخطيط المبيعات	3
5	بيئة المبيعات	3
6	تحديد أهداف المبيعات والتنبؤ	3
7	أهداف التنبؤ بالمبيعات	3
8	تنفيذ خطة المبيعات	3
9	مراقبة خطة المبيعات	3
10	تحديد ميزانية المبيعات	3
11	إدارة الحسابات الكبرى	3
12	مفهوم قنوات التوزيع	3
13	أنواع قنوات التوزيع	3

6	دراسة حالة	14
45	المجموع	

ثالثا: أهداف المقرر

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بالمهارات اللازمة في مجال الشؤون المالية لإدارة المبيعات وفهم العمليات المالية الأساسية في مجال الأعمال. سوف يساعدهم على اتخاذ قرارات أفضل.

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادرا على:

- تحديد الوسائل النظرية والعملية اللازمة لإدارة البيع والتخطيط
- تعريف مهارات البيع الاحترافية والتقنيات المختلفة بحيث يوفر الأدوات العلمية والعملية اللازمة للنجاح كرجل مبيعات
- معرفة أطوار تخطيط المبيعات لتحقيق الاهداف
- تساعد هذه المحاور الطلاب على زيادة معرفتهم ومهاراتهم في مجالات التخطيط لتطوير المبيعات
- شرح تطور مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والمهارات الرقمية

رابعا: المراجع العلمية:

الأصول العلمية في ادارة المبيعات، أ.د ناجي معلا الطبعة الثالثة 2012، دار وائل للنشر والتوزيع.

خامسا: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	امتحان نصف الفصل الدراسي الأول	6	(% 20)
2	الحضور	على كامل الفصل	(%5)
3	تقديم عمل نظري	على كامل الفصل	(%5)
4	اختبارات قصيرة والواجبات	على كامل الفصل	(%10)
5	امتحان نصف الفصل الدراسي الثاني	14	(%20)
6	الامتحان النهائي	16	(% 40)

اسم المقرر:	تطبيق مهارات تكنولوجيا المعلومات في المبيعات
رمز المقرر:	تام ١٧٩
البرنامج:	دبلوم المبيعات الاحترافي
القسم العلمي:	إدارة الاعمال
الكلية:	كلية الدراسات التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الملك عبدالعزيز

أولاً: توصيف المقرر:

يتناول هذا المقرر دراسة عدد من الموضوعات في مجال مهارات تكنولوجيا المعلومات في المبيعات مثل مفهوم وأنواع التقنيات الحديثة للترويج للمنتجات بطريقة سريعة وسهلة، بالاعتماد على الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي.

ثانياً: موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	دور تكنولوجيا المعلومات في بيئة المبيعات: قواعد البيانات والتنبؤات والعروض التقديمية والميزانيات والتقارير.	6
2	التجارة الإلكترونية	6
3	مايكروسوفت وورد	6
4	مايكروسوفت اكسل	6
5	مدخل البرمجيات المرنة	6
6	مايكروسوفت باوربوينت	6
7	دراسة حالة	3
8	مقدمة لنظام CRM	6
	المجموع	45

ثالثاً: أهداف المقرر

بعد الانتهاء من دراسة المادة يجب أن يكون الطالب قادراً على:

يهدف هذا المقرر إلى إكساب الطلاب المهارات اللازمة في مجال المبيعات والإدارة وفهم العمليات المالية الأساسية في مجال الأعمال. سوف يساعدهم المقرر على اتخاذ القرارات بأفضل طريقة. سيساعدهم على تكييف أساليب البيع والعروض التقديمية.

- معرفة الأسس التكنولوجية في المبيعات.
- معرفة قائمة بالوسائل النظرية والعملية اللازمة لإدارة البيع والتخطيط.
- القدرة على فهم المبيعات وطبيعتها ووظيفتها وفوائدها وعملياتها.
- قياس نقاط القوة والضعف في مجال المبيعات.
- تحديد مهارات البيع الاحترافية والتقنيات المختلفة.

رابعاً: المراجع العلمية:

التسويق الالكتروني: عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، الدكتور يوسف احمد ابو فلرة، دار وائل للنشر، 2012م	المرجع الرئيس للمقرر
	المراجع المساندة
	المصادر الإلكترونية
لا يوجد	أخرى

خامساً: توزيع الدرجات للمقرر

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار النصفى الاول	الأسبوع ٦	20 %
2	الحضور	على كامل الفصل	5 %
3	الواجبات / العروض التقديمية	على كامل الفصل	5 %
4	الاختبارات / الواجبات / العروض التقديمية	على كامل الفصل	10 %
5	الاختبار النصفى الثاني	الأسبوع ١٤	20 %
6	الاختبار النهائي	الأسبوع ١٦	40 %