



مفردات مادة تسويق الأعمال
الفصل الدراسي الأول لعام 1436 / 1437 هـ
لطلاب التعليم عن بعد



<u>عدد الوحدات</u>	<u>أستاذة المادة</u> د. غادة الهذلي البريد الإلكتروني : GALHUTHALI@KAU.EDU.SA	<u>رمز المقرر</u> MRK 304	<u>اسم المقرر</u> تسويق الأعمال BUSINESS TO BUSINESS MARKETING
3			المتطلبات السابقة
NA			
وصف المقرر: يتناول هذا المقرر مدخلا متكاملًا لتسويق الأعمال حيث يركز على المفاهيم الأساسية لتسويق الأعمال وأوجه الاختلاف بين تسويق الأعمال و التسويق الاستهلاكي. يتعرف الطالب من خلال هذا المقرر على آلية الشراء المتبعة في سوق الأعمال ،طبيعة المنتجات في سوق الأعمال ، وكيفية اتخاذ قرارات الشراء في هذا النوع من السوق. بالإضافة الى العلاقة بين البائع و المشتري في سوق الأعمال، و الاستراتيجيات المتبعة لتجزئة السوق و الاستهداف و التموضع.			
أهداف المقرر: 1. تعريف الطلاب بالفكرة العامة للشراء والبيع في سوق الأعمال. 2. تعريف الطلاب بالفرق بين سوق الاعمال وسوق المستهلك. 3. تعريف الطلاب هوية المشتركين في عملية الشراء في سوق الأعمال و بمراحل عملية الشراء . 4. تعريف الطلاب بطبيعة المنتجات الصناعية و الخصائص المميزة للخدمات في السوق الصناعي. 5. تعريف الطلاب بتجزئة سوق الأعمال و الاستهداف و التموضع			



مفردات مادة تسويق الأعمال
الفصل الدراسي الأول لعام 1436 / 1437 هـ
لطالبات التعليم عن بعد



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

الأسبوع	الموضوع
الأول	<ul style="list-style-type: none">● مفهوم تسويق الأعمال● طبيعة نظام تسويق الأعمال● الفروقات الأساسية بين التسويق الاستهلاكي و تسويق الأعمال
الثاني	<ul style="list-style-type: none">● أنواع الطلب و أوجه الاختلاف بين منتجات الأعمال و المنتجات الاستهلاكية● ماهية وأنواع منتجات الأعمال● ماهية وطبيعة المشترين الصناعيون ومدى انتشارهم الجغرافي
الثالث	<ul style="list-style-type: none">● طبيعة الشراء الصناعية و السلوك الشرائي● التعرف على أهداف شراء المنظمات● مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء● أنواع حالات الشراء
الرابع	<ul style="list-style-type: none">● فهم طبيعة العلاقة بين البائع و المشتري في سوق الأعمال● التعرف على العوامل الرئيسية المؤثرة على علاقة البائع و المشتري● أنواع العلاقات● العلاقات و استراتيجيات التسويق● ادارة علاقات الزبائن
الخامس	<ul style="list-style-type: none">● تسويق الأعمال و بحوث التسويق● مجالات البحث التسويقي في سوق الأعمال● مراحل البحث التسويقي
السادس	<ul style="list-style-type: none">● تجزئة سوق الأعمال و الاستهداف و التوضع● الاجراءات المتبعة لتجزئة سوق الأعمال● أسس و متغيرات تجزئة أسواق الأعمال
السابع	<ul style="list-style-type: none">● كيفية اختيار القطاعات السوقية و استهدافها● كيفية تطوير استراتيجيات التموضع
الثامن	<ul style="list-style-type: none">● تسويق خدمات الأعمال● الخصائص المميزة للخدمات ومضامينها التسويقية



مفردات مادة تسويق الأعمال
الفصل الدراسي الأول لعام 1436 / 1437 هـ
لطالبات التعليم عن بعد



	<ul style="list-style-type: none">• تصنيف خدمات الأعمال• الاستراتيجيات التسويقية لشركات الخدمات		
التاسع	<ul style="list-style-type: none">• القنوات التسويقية في سوق الأعمال• الطبيعة المميزة للقنوات التسويقية		
العاشر	<ul style="list-style-type: none">• العوامل المؤثرة في طبيعة القنوات التسويقية• هيكل قناة الأعمال• أنواع الوسطاء في سوق الأعمال		
الحادي عشر	<ul style="list-style-type: none">• استراتيجية الاتصالات في سوق الأعمال• الفروقات الأساسية بين استراتيجية الاتصالات في سوق الأعمال و السوق الاستهلاكي		
الثاني عشر	<ul style="list-style-type: none">• دور الاعلان في سوق الأعمال• عناصر تنشيط المبيعات في سوق الأعمال		
الثالث عشر	<ul style="list-style-type: none">• البيع الشخصي في سوق الأعمال• الدور الذي يلعبه مندوبو البيع في سوق الأعمال• دور ادارة المبيعات في سوق الأعمال• أهمية ادارة المبيعات في سوق الأعمال		
الرابع عشر	<ul style="list-style-type: none">• استراتيجية تسويق الأعمال• دور التسويق في التخطيط الاستراتيجي• خطوات بناء استراتيجية التسويق		
الخامس عشر	الاختبار النهائي		
الكتاب المقرر:			
المرجع الرئيسي:			
ادارة التسويق ، من الكاتب/ كونتار-بي، وكيلار، كي ، تم نشره بواسطة مطبعة برينتينيس هول، الطبعة الثالث عشر (2009م)			
تسويق الأعمال، نظام موسى سويدان و سمير عزيز العبادي، تم نشره بواسطة دار الحامد للنشر و التوزيع(2010)			
والسلايدات بمحتوى المقرر			
طريقة التقييم:			
الاختبار النهائي	من خلال نظام إدارة التعلم الالكتروني والفصول الافتراضية		
	عدد 2 اختبار فصلي لكل اختبار 6	عدد 4 واجبات خلال الفصل لكل واجب 3	المشاركة في المنتدى الخاص



مفردات مادة تسويق الأعمال
الفصل الدراسي الأول لعام 1436 / 1437 هـ
لطبائت التعللر عن بعد



درجات	درجات	بالمادة (عدد 3)	درجات
12 درجة	12 درجة	6 درجات	70 درجه
نسبة التقييم النهائية	100 درجة		

ملحوظة في حال تغيب الطالبة بنسبة (25%) -أي ما يعادل (4) محاضرات- من المحاضرات المقدمة من خلال نظام الفصول الافتراضية BlackBaord، يرصد للطالبة تقدير محروم (DN) ويمكن احتساب إعادة تشغيل المحاضرة من قبل الطالب حضوراً.