



2021/2020	السنة الأكاديمية لآخر تغيير على توصيف المقرر	2019/2018	السنة الأكاديمية لاعتماد توصيف المقرر
ادارة المبيعات	اسم المقرر	MRKT402A	رمز المقرر
السنة الثانية	المستوى الدراسي	3	عدد الساعات المعتمدة
الادارة	القسم	ادارة الاعمال	الكلية
لا يوجد	المتطلب الموازي	MRKT301A	المتطلب السابق

1. تقديم المادة

هذا المساق يعرف الطالب على مبادئ الادارة وتطبيقاتها في عمليات البيع وايضا يتناول طرق تقسيم المناطق البيعية وايضا يتناول البيع الشخصي كجزء رئيس من ادارة المبيعات ويناقش طرق اختيار وتدريب القوة البيعية كركن مه من اركان ادارة المبيعات ودورها الاساسي في اكساب المنظمة الميزة التنافسية.

2. أهداف المادة

1. توضيح الدور الهام والحقيقي للنشاط البيعي ومدى مساهمته في تحقيق اهداف المؤسسات وبقائها
2. واستمراريتها والتفريق بين النشاط البيعي والنشاط التسويقي.
3. إدراك شامل للأساسيات ادارة التسويق والدور الرئيسي الذي تلعبه الادارة في المؤسسة من جهة والمجتمع المحلي والدولي من جهة أخرى.
4. القدرة على تصميم مزيج تسويقي مؤقلم قائم على معرفة شاملة لسلوك المستهلك والبيئة التسويقية..

3. مخرجات التعلم، التدريس، التعلم وطرق التقييم

مخرجات التعلم (نهائي)	طرق التدريس والتعلم (دلالي)	التقييم (دلالي)
عند الانتهاء بنجاح من هذه المادة ، سوف يكون الطالب قادرا على :		
التعرف على مفهوم البيع والتفريق بينه وبين بعض المصطلحات الشبيهة كالتسويق .	محاضرات عروض تقديمية، العمل الجماعي الخ	الاختبارات، المهام، واجبات الأعمال الفصلية الاخرى مثل المشاركة الفعالة في المناقشات والاختبارات الشفوية.
معرفة اهمية ودور ادارة المبيعات في المنشآت المختلفة.	محاضرات عروض تقديمية، العمل الجماعي الخ	الاختبارات، المهام، واجبات الأعمال الفصلية الاخرى مثل المشاركة الفعالة في المناقشات والاختبارات الشفوية.
معرفة الاسس الصحيحة التي تقوم عليها ادارة المبيعات.	محاضرات عروض تقديمية، العمل الجماعي الخ	الاختبارات، المهام، واجبات الأعمال الفصلية الاخرى مثل المشاركة الفعالة في المناقشات والاختبارات الشفوية.

4. توزيع الدرجات

التقييم	(%) النسبة المئوية للدرجة النهائية
امتحان النصف الاول	20%



20%	امتحان منتصف الفصل
20%	امتحانات قصيرة + مهام
40%	الامتحان النهائي
100%	المجموع

5. درجات النجاح المطلوبة

سيحقق الطلاب 3 من الساعات المعتمدة لهذه المادة وذلك بالنجاح في كل تقييمات المادة (بدلا من ذلك، قائمة تقييمات نجاح اجبارية*) وتحقيق الحد الأدنى من النتيجة الإجمالية 50%

محتويات المساق		
الاسبوع	عنوان المحاضرة	الوقت المخصص
1	التعريف بإدارة المبيعات، ووظائف ومستويات إدارة المبيعات.	3
2	إدارة المبيعات وعلاقتها بالمنظمة	3
3	توضيح مفهوم وإجراءات وأسس تنظيم المبيعات.	3
4	معرفة مبادئ وأسس عملية تصميم المناطق البيعية	3
5	تحديد العوامل المؤثرة على عملية تصميم المناطق البيعية	3
الاختبار الاول		
6	معايير اختيار المناطق البيعية	3
7	توضيح مفهوم التنبؤ بالمبيعات والطرق المختلفة للتنبؤ بالمبيعات.	3
8	معرفة مفهوم موازنة المبيعات وطرق اعدادها والعوامل المؤثرة عليها.	3
9	معرفة النشأة والتطور للبيع الشخصي وأهمية البيع الشخصي لإدارة المبيعات،	3
10	توضيح مراحل العملية البيعية.	3
11	توضيح مراحل العملية البيعية.	3
الاختبار الثاني		
12	توضيح الاسس التي تحكم عملية اختيار وتعيين رجال البيع	3
13	معرفة أسس وقواعد التدريب والتحفيز لرجال البيع.	3
14	تقييم النشاط البيعي	3
15	مراجعة	3
16	الاختبار النهائي	3



	مجموع الساعات	48
	بالاضافة إلى ساعات الدراسة المستقلة الموصى بها	45
	المجموع الكلي	93 ساعة

7. القراءة الموصى بها

النص الأساسي /نصوص:

الأساسي:

د. محمد عبيدات، أ.د. هاني الضمور، د. شفيق حداد "إدارة المبيعات والبيع الشخصي"، دار وائل للنشر، عمان، 2008

- المصادر المساندة:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. Psychology and Marketing, 20 (2), 99-121.