



مفردات مادة استراتيجيات التسعير
العام الجامعي 1435/1436 هـ
برامج التعليم عن بعد



<u>عدد الوحدات</u> 7	<u>أستاذ المادة</u> د . سلطان محمود سليمان المشورة بريد الالكتروني: SULTAN.ALSHOURAH@YAHOO.COM الموقع الالكتروني:	<u>رمز المقرر</u> MRK 412	<u>اسم المقرر</u> استراتيجيات التسعير PRICING STRATEGES
	وقت المحاضرة: الأثنين (9:30 – 11)		
MRK 303			المتطلبات السابقة
وصف المقرر: يستعرض هذا المقرر مفهوم التسعير و أهميته والعوامل المؤثرة عليه. كما يوضح طرق ومداخل التسعير واستراتيجياته. وعلاقة التسعير بالخدمات وعلاقة بسلوك المستهلك.			
أهداف المقرر: 1. التعرف على مفهوم التسعير وأهميته. 2. فهم الطالبات للعوامل المؤثرة على التسعير. 3. معرفة استراتيجيات التسعير. التعرف على خطوات التسعير.			



مفردات مادة استراتيجيات التسعير
العام الجامعي 1435/1436 هـ
برامج التعليم عن بعد



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:	
الأسبوع	الموضوع
الأول + الثاني	<p>الفصل الأول: طبيعة وأهمية التسعير :- 1. معرفة أهمية السعر 2. مفهوم السعر 3. السعر من وجهة نظر الزبون 4. أهم العناصر التي تعكس مفهوم القيمة من وجهة نظر الزبون 5. السعر والمزيج التسويقي</p>
الثالث	<p>الفصل الثاني: خطوات التسعير :- 1. العمل الإداري والتحليل البيئي 2. تحديد سعر المنتج 3. تحليل العلاقة بين الكلفة والمبيعات والربح</p>
الرابع	<p>الفصل الثالث: العوامل المؤثرة في قرارات التسعير :- 1. العوامل الداخلية 1.1 الأهداف 1.2 هيكل كلفة المنتج 1.3 الموارد المتاحة 1.4 إستراتيجية المزيج التسويقي 2. العوامل الخارجية 2.1 طبيعة السوق (الطلب) 2.2 المنافسون 2.3 الزبائن 2.4 دورة حياة المنتج 2.5 سياسات وإجراءات الحكومة 2.6 الظروف الاقتصادية السائدة</p>
الخامس	<p>الفصل الرابع: أهداف التسعير :- 1. أهمية أهداف التسعير 2. الأهداف الفرعية للتسعير 3. إدارة السماسرة والوكيل 4. تحفيز السماسرة والوكلاء 5. تقييم أعمال السماسرة</p>



مفردات مادة استراتيجيات التسعير
العام الجامعي 1436/1435 هـ
برامج التعليم عن بعد



السادس	<p>الفصل الخامس: التسعير على أساس المنافسين:-</p> <ol style="list-style-type: none">1. التسعير على أساس المنافسة2. منافع التسعير على أساس المنافسين3. تصنيف المنافسين4. المنافسون القريبون5. المنافسون غير المباشرين6. ظروف استخدام المنافسة7. إشكال التسعير على أساس المنافسين			
السابع	<p>الفصل السادس: استراتيجيات التسعير:-</p> <ol style="list-style-type: none">1. هيكل إستراتيجية المنظمة2. إستراتيجية التسعير والمزيج التسويقي3. استخدامات إستراتيجية الإحلال4. خطوات اختيار إستراتيجية التسعير			
الثامن	<p>الفصل السابع: تسعير الخدمات:-</p> <ol style="list-style-type: none">1. تعريف الخدمات2. التسعير وخواص الخدمات3. خطوات اختيار إستراتيجية التسعير4. قرارات وسياسات التسعير			
الخامس عشر	<p>الاختبار النهائي</p>			
<p>المخرجات المتوقعة: عند الانتهاء من دراسة هذا المقرر، سوف تكون الطالبة قادرة على:</p> <ol style="list-style-type: none">1. فهم أهمية التسعير والعوامل المؤثرة عليها.2. فهم استراتيجيات التسعير.معرفة طرق و مداخل التسعير.				
<p>الكتاب المقرر:</p> <ol style="list-style-type: none">1. سياسات التسعير: أ.د زكريا عزام و د.علي الزعبي ، الطبعة الاولى 2011-1432 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع .				
<p>طريقة التقييم:</p>				
الاختبار النهائي	<p>من خلال نظام إدارة التعلم الالكتروني والفصول الافتراضية</p> <table border="1"><tr><td>عدد (2) أنشطة لكل</td><td>عدد (4) واجبات خلال</td><td>المشاركة في المنتدى</td></tr></table>	عدد (2) أنشطة لكل	عدد (4) واجبات خلال	المشاركة في المنتدى
عدد (2) أنشطة لكل	عدد (4) واجبات خلال	المشاركة في المنتدى		



مفردات مادة استراتيجيات التسعير
العام الجامعي 1435/1436 هـ
برامج التعليم عن بعد



نشاط (6) درجات	الفصل لكل واجب (3) درجات	الخاص بالمادة (عدد 3)	
12 درجات	12 درجة	6 درجات	70 درجة
نسبة التقويم النهائية	100 درجة		

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