



مفردات مادة استراتيجيات التسعير
العام الجامعي 1435/1434 هـ
برامج الانتساب



<u>عدد الوحدات</u> 7	<u>أستاذ المادة</u> د . سلطان محمود سليمان الشورة بريد الالكتروني: SULTAN.ALSHOURAH@YAHOO.COM الموقع الالكتروني:	<u>رمز المقرر</u> MRK 414	<u>اسم المقرر</u> قنوات التوزيع PRICING STRATEGES
	وقت المحاضرة: السبت الاثنيين الاربعاء (8.50 – 8.00)		
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: <ol style="list-style-type: none">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 1435/1434 هـ
برامج الانتساب



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 a. الأهداف b. هيكل كلفة المنتج c. الموارد المتاحة d. إستراتيجية المزيج التسويقي 2. العوامل الخارجية a. طبيعة السوق (الطلب) b. المنافسون c. الزبائن d. دورة حياة المنتج e. سياسات وإجراءات الحكومة f. الظروف الاقتصادية السائدة</p>
الخامس	<p>الفصل الرابع: أهداف التسعير :- 1. أهمية أهداف التسعير 2. الأهداف الفرعية للتسعير 3. إدارة السماسرة والوكلي 4. تحفيز السماسرة والوكلاء 5. تقييم أعمال السماسرة</p>



مفردات مادة استراتيجيات التسعير
العام الجامعي 1435/1434 هـ
برامج الانتساب



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:</p> <p>يتوقع من الطالب الذي يجتاز هذا المساق أن يكون قادراً على:</p> <ol style="list-style-type: none">1 - الوصول إلى مفهوم التوزيع وأهميته.2 - طبيعة التوزيع وعلاقته مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى.3 - معرفة أهداف التوزيع .4 - تحليل العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التوزيع.5 - تقييم أداء القناة التسويقية .6 - معرفة أهمية ودور الوسطاء في التوزيع.7 - ادارة التوزيع المادي .8 - التعرف على طرق تسويق الخدمات .	



مفردات مادة استراتيجيات التسعير
العام الجامعي 1435/1434 هـ
برامج الانتساب



الكتاب المقرر:

1. سياسات التسعير: أ.د زكريا عزام و د.علي
الزعيبي ، الطبعة الاولى 2011-1432 ، دار
المسيرة للنشر والتوزيع .

طريقة التقييم:

إختبار نهائي من 100 درجة