



مفردات مادة قنوات التوزيع
العام الجامعي 1436/1435 هـ
برامج الانتساب



| | | | |
|--|--|------------------------------|--|
| <u>عدد الوحدات</u> 3 | <u>أستاذ المادة</u> د . عبدالمعطي سليمان ابوالرب بريد الكتروني: EMAD75@HOTMAIL.COM الموقع الالكتروني: | <u>رمز المقرر</u> MRK 414 | <u>اسم المقرر</u> قنوات التوزيع DISTRIBUTION CHANNEL |
| | وقت المحاضرة: | | |
| MRK 303 | | | المتطلبات السابقة |
| <p>وصف المقرر:</p> <p>يبحث هذا المساق في التوزيع باعتباره عنصراً يساهم في جعل تصريف السلع امر سهلاً وميسراً ما بين أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها وبالأوقات المناسبة. لهذا السبب فإن دراسة هذا المساق يعد من أحد الأركان الأساسية لفهم الكيفية التي يتم بواسطتها تخطيط وإدارة وتنفيذ ومتابعة عمل كل المؤسسات التسويقية العاملة على توزيع مختلف السلع من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها.</p> | | | |
| <p>أهداف المقرر:</p> <p>يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بمفهوم التوزيع، حيث سيتم معرفة أهمية التوزيع ومفهومه، وكذلك تحليل علاقة التوزيع مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى، وتحليل العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التوزيع، معرفة أهمية ودور الوسطاء في التوزيع. التعرف على طرق تسويق الخدمات.</p> | | | |



مفردات مادة قنوات التوزيع
العام الجامعي 1435/1436 هـ
برامج الانتساب



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

| الأسبوع | الموضوع |
|----------------|---|
| الأول + الثاني | <p>الفصل الأول: طبيعة وأهمية التوزيع :- 1. معرفة أهمية السعر 2. اهداف القناة التوزيعية 3. تصميم القناة التسويقية 4. العوامل المؤثرة في اختيار القناة التسويقية</p> |
| الثالث | <p>الفصل الثاني: تحليل بيئة القناة التسويقية :- 1. علاقة البيئة بالقناة التسويقية 2. البيئة الديمغرافية 3. البيئة الحضارية والاجتماعية 4. البيئة التكنولوجية 5. البيئة التنافسية 6. البيئة القانونية 7. البيئة الاقتصادية</p> |
| الرابع | <p>الفصل الثالث: تخطيط القنوات التسويقية :- 1. تطوير استراتيجيات القناة 2. طرق تقييم قنوات التوزيع البديلة 3. اختيار اعضاء القناة</p> |
| الخامس | <p>الفصل الرابع: المؤسسات الوظيفية السماسرة والوكلاء :- 1. انواع المؤسسات الوظيفية 2. انواع السماسرة والوكلاء 3. ادارة السماسرة والوكلاء 4. تحفيز السماسرة والوكلاء 5. تقييم اعمال السماسرة</p> |
| السادس | <p>الفصل الخامس: المؤسسات التجارية : منشآت تجارة الجملة :- 1. طبيعة تجارة الجملة واهميتها 2. اوجه الاختلاف بين تجار الجملة وتجار التجزئة 3. خدمات ووظائف منشآت تجار الجملة 4. اهمية تجار الجملة 5. اسباب الاستغناء عن تجار الجملة 6. الادارة الاستراتيجية لمنشآت الجملة 7. مستقبل تجار الجملة</p> |

| | |
|------------|---|
| السابع | <p>الفصل السادس: المؤسسات التجارية : منشآت تجارة التجزئة :- 1. طبيعة تجارة التجزئة وأهميتها 2. الوظائف الرئيسية لمنشآت التجزئة 3. مقومات متاجر التجزئة الناجحة 4. العوامل المؤثرة على نمو وتطور متاجر التجزئة 5. أنواع متاجر التجزئة</p> |
| الثامن | <p>الفصل السابع: تنسيق ورقابة نشاطات القناة التسويقية :- 1. القيادة داخل القناة التسويقية 2. تنسيق التدفقات داخل القناة التسويقية 3. تحديد المستوى المطلوب لخدمات القناة التسويقية 4. تحديد المهام الرئيسية داخل القناة التسويقية</p> |
| التاسع | <p>الفصل الثامن: ادارة الصراع داخل القناة التسويقية :- 1. طبيعة الصراع في القناة التسويقية 2. اسباب الصراع في القناة التسويقية 3. نتائج الصراع على القناة التسويقية 4. ادارة الصراع بكفاءة وفاعلية</p> |
| العاشر | <p>الفصل التاسع : تقييم اداء القناة التسويقية :- 1. فاعلية نظام القناة التسويقية 2. عدالة نظام القناة التسويقية 3. انتاجية نظام القناة التسويقية 4. ربحية نظام القناة التسويقية</p> |
| الحادي عشر | <p>الفصل العاشر : ادارة القناة التسويقية والمزيج التسويقي :- 1. استراتيجية الترويج وادارة القناة التسويقية 2. استراتيجية المنتجات وادارة القناة التسويقية 3. استراتيجية التسعير وادارة القناة التسويقية 4. قنوات التسويق والمزيج التسويقي</p> |
| الثاني عشر | <p>الفصل الحادي عشر: ادارة التوزيع المادي :- 1. مفهوم التوزيع المادي 2. اهمية التوزيع المادي 3. علاقة التوزيع المادي بعناصر المزيج التسويقي</p> |



مفردات مادة قنوات التوزيع
العام الجامعي 1435/1436 هـ
برامج الانتساب



| | |
|--|---|
| | |
| الثالث عشر | الفصل الثاني عشر : قنوات تسويق الخدمات :- 1. طبيعة الخدمات 2. اهمية الخدمات 3. خصائص الخدمات 4. القنوات التسويقية والخدمات 5. طرق توزيع الخدمات |
| الرابع عشر | الفصل الثالث عشر: قنوات التسويق الدولية :- 1. اشكال الدخول الى الاسواق الخارجية 2. تصميم استراتيجية التسويق الدولية 3. انواع قنوات التسويق الدولية |
| الخامس عشر | الاختبار النهائي |
| المخرجات المتوقعة: يتوقع من الطالب الذي يجتاز هذا المساق أن يكون قادراً على: 1 - الوصول إلى مفهوم التوزيع وأهميته. 2 - طبيعة التوزيع وعلاقته مع عناصر المزيج التسويقي الأخرى. 3 - معرفة اهداف التوزيع . 4 - تحليل العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التوزيع. 5 - تقييم اداء القناة التسويقية . 6 - معرفة اهمية ودور الوسطاء في التوزيع. 7 - ادارة التوزيع المادي . 8 - التعرف على طرق تسويق الخدمات . | |
| | الكتاب المقرر: 1. ادارة قنوات التوزيع , د. هاني الضمور . دار وانل للنشر والتوزيع . الاردن , عمان . 2009 |
| طريقة التقييم: إختبار نهائي من 100 درجة | |



مفردات مادة قنوات التوزيع
العام الجامعي 1436/1435 هـ
برامج الانتساب

