



مفردات مادة قنوات توزيع
الفصل الاول لعام 1436 - 1437 هـ
لطلّبات الانتساب



<u>عدد الوحدات</u>	<u>أستاذ المادة</u>	<u>رمز المقرر</u>	<u>اسم المقرر</u> قنوات توزيع
3	.أماني علام بريد الكتروني: AMANYALLAM@OUTLOOK.SA	MRK 414	DISTRIBUTION CHANNEL
MRK 414			المتطلبات السابقة
وصف المادة : يبحث هذا المساق في التوزيع باعتباره عنصرا يساهم في جعل تصريف السلع أمر سهل وميسر من أماكن إنتاجها الى أماكن استهلاكها وبالأوقات المناسبة . لهذا السبب فان دراسة هذا المساق يعد من احد الأركان السياسية لفهم الكيفية التي يتم بواسطتها تخطيط وإدارة وتنفيذ ومتابعة عمل كل المؤسسات التسويقية العاملة على توزيع مختلف السلع من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها .			
أهداف المقرر: يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بمفهوم التوزيع ، حيث سيتم معرفة أهمية التوزيع ومفهومه، وكذلك تحليل التوزيع مع عناصر المزيح التسويقي الأخرى، وتحليل العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التوزيع , معرفة أهمية ودور الوسطاء في التوزيع والتعرف على طرق تسويق الخدمات			
<ol style="list-style-type: none">1. التمييز بين تجارة الجملة و تجارة التجزئة2. تصميم قنوات التوزيع المناسبة لكل نوع من السلع و الخدمات3. إدارة الصراع بين مكونات شبكة منافذ التوزيع4. تحفيز الموزعين وحل مشكلاتهم.5. تقييم أداء وفعالية القنوات المختلفة للتوزيع6. حذف و إضافة إحدى حلقات منافذ التوزيع7. اتخاذ القرارات المناسبة لحسن إدارة عمليات التوزيع المادي في المنشأة			



مفردات مادة قنوات توزيع
الفصل الاول لعام 1436 - 1437 هـ
لطلبات الانتساب



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

المحاضرة	الموضوع
الأولى	الفصل الأول : طبيعة وأهمية التوزيع :- 1. ماهية القنوات التوزيعية 2. أهداف القناة التوزيعية 3. تصميم القناة التسويقية 4. العوامل المؤثرة في اختيار القناة التسويقية
-	الفصل الثاني: تحليل بيئة القناة التسويقية :- 1. عالقة البيئة بالقناة التسويقية 2. البيئة الديموغرافية 3. البيئة الحضارية والاجتماعية 4. البيئة التكنولوجية 5. البيئة التنافسية 6. البيئة القانونية 7. البيئة الاقتصادية
الثانية	الفصل الثالث : تخطيط القنوات التسويقية : 1. تطوير إستراتيجية القناة 2. طرق تقييم قنوات التوزيع البديلة 3. اختيار أعضاء القناة
-	الفصل الرابع: المؤسسات الوظيفية السماسرة والوكلاء :- 1. أنواع المؤسسات الوظيفية 2. أنواع السماسرة والوكلاء 3. إدارة السماسرة والوكلاء 4. تحفيز السماسرة والوكلاء 5. تقييم أعمال السماسرة



مفردات مادة قنوات توزيع
الفصل الاول لعام 1436 - 1437 هـ
لطلبات الانتساب



الثالثة	<p>الفصل الخامس: المؤسسات التجارية : منشآت تجارة الجملة :-</p> <ol style="list-style-type: none">1. طبيعة تجارة الجملة وأهميتها2. أوجه الاختلاف بين تجار الجملة وتجار التجزئة3. خدمات ووظائف منشآت تجار الجملة4. أهمية تجار الجملة5. أسباب الاستغناء عن تجار الجملة6. الإدارة الإستراتيجية لمنشآت الجملة7. مستقبل تجار الجملة
-	<p>الفصل السادس: المؤسسات التجارية : منشآت تجارة التجزئة :-</p> <ol style="list-style-type: none">1. طبيعة تجارة التجزئة وأهميتها2. الوظائف الرئيسية لمنشآت التجزئة3. مقومات متاجر التجزئة الناجحة4. العوامل المؤثرة على نمو وتطور متاجر التجزئة5. أنواع متاجر التجزئة
الرابعة	<p>الفصل السابع: تنسيق ورقابة نشاطات القناة التسويقية :</p> <ol style="list-style-type: none">1. القيادة داخل القناة التسويقية2. تنسيق التدفقات داخل القناة التسويقية3. تحديد المستوى المطلوب لخدمات القناة التسويقية4. تحديد المهام الرئيسية داخل القناة التسويقية <p>الفصل الثامن: إدارة الصراع داخل القناة التسويقية</p> <ol style="list-style-type: none">1. طبيعة الصراع في القناة التسويقية2. أسباب الصراع في القناة التسويقية3. نتائج الصراع على القناة التسويقية4. إدارة الصراع بكفاءة وفعالية



مفردات مادة قنوات توزيع
الفصل الاول لعام 1436 - 1437 هـ
لطلبات الانتساب



الخامسة	<p>الفصل التاسع : تقييم أداء القناة التسويقية</p> <ol style="list-style-type: none">1. فاعلية نظام القناة التسويقية2. عدالة نظام القناة التسويقية3. إنتاجية نظام القناة التسويقية4. ربحية نظام القناة التسويقية
	<p>الفصل العاشر : إدارة القناة التسويقية والمزيج التسويقي :-</p> <ol style="list-style-type: none">1. إستراتيجية الترويج وإدارة القناة التسويقية2. إستراتيجية المنتجات وإدارة القناة التسويقية3. إستراتيجية التسعير وإدارة القناة التسويقية4. قنوات التسويق والمزيج التسويقي
السادسة	<p>الفصل الحادي عشر: إدارة التوزيع المادي :-</p> <ol style="list-style-type: none">1. مفهوم التوزيع المادي2. أهمية التوزيع المادي3. عالقة التوزيع المادي بعناصر المزيج التسويقي <p>الفصل الثاني عشر :</p> <p>قنوات تسويق الخدمات :-</p> <ol style="list-style-type: none">1. طبيعة الخدمات2. أهمية الخدمات3. خصائص الخدمات4. القنوات التسويقية والخدمات5. طرق توزيع الخدمات



مفردات مادة قنوات توزيع
الفصل الاول لعام 1436 - 1437 هـ
لطلبات الانتساب



	<p>الفصل الثالث عشر:</p> <p>قنوات التسويق الدولية :-</p> <ol style="list-style-type: none">1. إشكال الدخول إلى السواق الخارجية2. تصميم إستراتيجية التسويق الدولية3. أنواع قنوات التسويق الدولية
	<p><u>المخرجات المتوقعة:</u></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 التسويقي3- معرفة أهداف التوزيع .4- تحليل العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التوزيع.5- تقييم أداء القناة التسويقية .6- معرفة أهمية ودور الوسطاء في التوزيع.7- إدارة التوزيع المادي .8- التعرف على طرق تسويق الخدمات .
	<p><u>الكتاب المقرر:</u> طرق التوزيع</p> <p>تأليف / هاني الضمور ، (عمان: دار وائل، أحدث طبعة)</p> <p>تأليف د/ محمد عبده الله عبد الرحيم ، جامعة القاهرة قطاع الخدمات التعليمية ، 1995 م</p>