**كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير**

**فريق ميدان التكوين**

**الشعبة**:علوم تجارية. التخصص**: تسويق**

**الأستاذ: رشيد محمدي المقياس: تسويق الخدمات**

**السنة: الثالثة تسويق السداسي: الخامس**

|  |
| --- |
| **البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس** |
| **الأسابيع\*** | **محاور البرنامج****(الفصول)** | **المحاور الفرعية للبرنامج****(عناصر المحاضرة)** |
| **الأسبوع 01** | **مقدمة في الخدمات** | 1- اهمية قطاع الخدمات و اسباب نموه2-مفهوم الخدمة |
| **الأسبوع 02** | **مقدمة في الخدمات** | 3-خصائص ومواصفات الخدمة4-تصنيف الخدمات. |
| **الأسبوع 03** | **مدخل الى تسويق الخدمات** | 1- نشأة و تطور تسويق الخدمات2- تسويق الخدمات و نظام إنتاج الخدمة Servuction |
| **الأسبوع 04** | **مدخل الى تسويق الخدمات** | 3- الأنظمة القاعدية لإنتاج الخدمة. 4-الحاجة الى المزيج التسويقي الموسع للخدمات |
| **الأسبوع 05** | **جودة الخدمات**  | 1- ماهية الجودة و جودة الخدمات2- أبعاد و محددات جودة الخدمات3- نماذج قياس جودة الخدمات. |
| **الأسبوع 06** | **تسويق العلاقة** | 1- تطور تسويق العلاقة2- تعريف و أهمية تسويق العلاقة3- أبعاد التسويق بالعلاقة4 – أهمية CRM في التسويق بالعلاقات. |
| **الأسبوع 07** | **المنتج الخدمي** | 1- مفهوم المنتج الخدمي و عرض الخدمة2- حزمة الخدمات3- الخدمة الجوهرية و الخدمات المحيطة (التكميلية)4-تطوير الخدمات الجديدة. |
| **الأسبوع 08** | **تسعير الخدمات** | 1- ماهية التسعير ي الخدمات2- طرق تسعير الخدمات3- السياسات السعرية في الخدمات4- سياسة إدارة العائد Le Yield Management |
| **الأسبوع 09** | **توزيع الخدمات** | 1 طرق توزيع الخدمات2- بدائل استراتيجيات التوزيع.3- اختيار الموقع و المكان.4- الابتكارات الجديدة في التوزيع الخدمي. |
| **الأسبوع 10** | **ترويج الخدمات** | 1- عملية الاتصال الترويجي2- اهداف الترويج.3- المزيج الترويجي للخدمات. |
| **الأسبوع 11** | **عناصر المزيج التسويقي المضافة للخدمة** | 1- الإفراد أو الجمهور2- الدليل المادي او البيئة المادية3- العمليات |
| **الأسبوع 12** | **استراتيجيات تسويق الخدمات** | 1- ماهية الإستراتيجية التسويقية للخدمات2- أنواع الاستراتيجيات التسويقية المطبقة في الخدمات. |
| **الأسبوع 13** | **سلوك المستهلك في الخدمات** | 1- ماهية المستهلك في الخدمة.2- العوامل المؤثرة على سلوكه الشرائي3- مراحل السلوك الشرائي4 – انواع السلوك الشرائي . |

**المراجع المعتمدة في المقياس:**

**1- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الخامسة 2009، دار وائل للنشر -عمان الاردن.**

**2-هاني حامدالضمور، بشير عباس العلاق،تسويق الخدمات،الطبعةالأولى 2013،ش.ع. للتسويق و التوريدات –القاهرة.**

**3-Pierre Eiglier, EricLangeard, SERVUCTION « le marketing des services », Ediscience International 1994.**

**أسلوب التقييم في المقياس:**

**يتم التقييم باختبار نهائي نهاية السداسي + تقييم مستمر اثناء السداسي(الدرجة تحتسب من 20)**