

عرض تكوين مقياس إدارة سلسلة الإمداد 2 ماستر تسويق

عنوان الماستر: تسويق

السادسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة تعليم منهجية

الرمز: وت م 1.2

اسم المادة: إدارة سلسلة الإمداد

الرصيد: 04

المعامل: 02

أهداف التعليم: (نكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطالب بالمعرفة العلمية والعملية في مجال إدارة سلسلة إمداد. من خلال تعريفه بالعديد من المفاهيم والتطبيقات التي تتعلق بالأنشطة اللوجستية، مثل الشراء وإدارة المخزون والتوزيع المادي، وإدراك أهمية الشراكة الاستراتيجية والتكامل مع المورد ومع العملاء، ودور خدمة العملاء في تطوير مستوى أداء سلسلة التوريد.

المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

يتطلب مواصلة التعلم امتلاك الطالب مكتسبات قبلية في مقاييس أساسيات بحوث العمليات، الأساليب الكمية في التسويق 1 و2.

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

1. مقدمة في تطور مفهوم سلسلة الإمداد.
2. مبادئ إدارة سلسلة الإمداد.
3. إدارة المشتريات.
4. إدارة ومراقبة المخزون.
5. إدارة النقل والتوزيع المادي.
6. قياس أداء سلسلة الإمداد.
7. العلاقات والتكامل في سلسلة الإمداد.
8. إدارة سلسلة الإمداد الدولية.
9. التوجهات الحديثة في سلسلة الإمداد.

طريقة التقييم:

تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع: (كتب، مطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

1. Michael Quayle , Purchasing and Supply Chain Management: Strategies and Realities, Idea Group Inc, US, 2006.
2. Min, Hokey, The essentials of supply chain management, 2015.