

نموذج (هـ)



المملكة العربية السعودية
جامعة الملك سعود
وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية
إدارة الخطط والبرامج الدراسية

خطة المقرر
Module Syllabus

| | |
|---|-------------------------------------|
| Course title: Marketing Channels Management | اسم المقرر: إدارة القنوات التسويقية |
| Course number and code: MARR 2312 | رقم المقرر ورمزه: ٢٣١٢ تسر |
| Prerequisite: MARR 1212 | المتطلب السابق للمقرر: ١٢١٢ تسر |
| Medium of Instruction: Arabic | لغة تدريس المقرر: العربية |
| Course Level: 3 | مستوى المقرر: الثالث |
| Credit Hours : 3 | الساعات المعتمدة: ٣ |

Module Description

وصف المقرر :

| | |
|---|---|
| This course presents an integrated approach to distribution strategy and management. It addresses analytic, strategic and managerial aspects of distribution in marketing such as: marketing channel structure and functions, channel analysis and design, retailing channels, wholesaling channels, international distribution, logistic management, and electronic distribution channels. | يقدم هذا المقرر نهجا متكاملًا لاستراتيجية التوزيع وإدارتها. حيث أنه يتناول الجوانب التحليلية والاستراتيجية والإدارية للتوزيع في مجال التسويق ومنها: هيكل قناة التسويق ووظائفها، وتحليل القناة وتصميمها، وقنوات البيع بالتجزئة، وقنوات البيع بالجملة، والتوزيع الدولي، والإدارة السوقية، وقنوات التوزيع الإلكترونية. |
|---|---|

Module Aims

أهداف المقرر :

| | |
|--|---|
| This course aims to builds on knowledge of basic marketing concepts and complements this knowledge by developing a deeper understanding of marketing aspects of distribution, retail and wholesale channels and logistics. | يهدف هذا المقرر إلى البناء على المعرفة بمفاهيم التسويق الأساسية ويكمل هذه المعرفة من خلال تطوير فهم أعمق للجوانب التسويقية للتوزيع والتجزئة والجملة القنوات والخدمات اللوجستية. |
|--|---|



Handwritten signature in blue ink.

Student Learning Outcomes:

الأهداف التعليمية للمقرر:

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذه المقرر أن يكون قادراً على:

Upon satisfactory completion of this course, the student will be able to

| | |
|--|---|
| 1. Develop a mature and critical understanding of concepts, theories, and evidence for effective distribution channel management from a marketing perspective. | ١. تطوير فهم معمق وناقذ للمفاهيم والنظريات والأدلة لإدارة قنوات التوزيع الفعالة من منظور تسويقي. |
| 2. Gain a basic exposure to logistics management from a strategic marketing as opposed to an operations management perspective. | ٢. اكتساب المفاهيم الأساسية لإدارة الخدمات اللوجستية من مدخل التسويق الاستراتيجي بدلاً من منظور إدارة العمليات. |
| 3. Understand the productive function of a marketing distribution system in both developed and developing economies. | ٣. فهم الوظيفة الإنتاجية لنظام التوزيع في التسويق في كل من الاقتصادات المتقدمة والنامية. |
| 4. Recognize the importance of technology in facilitating the processes of distribution channels. | ٤ - الاعتراف بأهمية التكنولوجيا في تيسير عمليات قنوات التوزيع. |
| 5. Understand the components of channel design and to develop an ability to assess alternative channel designs against channel performance criteria. | ٥. فهم مكونات تصميم القناة التوزيعية وتطوير القدرة على تقييم تصاميم القنوات البديلة في ضوء معايير أداء القناة. |
| 6. Gain further specialized experience and to advance professional skills in managerial decision making in a marketing channels and retailing context. | ٦. اكتساب المزيد من الخبرة المتخصصة والنهوض بالمهارات المهنية في اتخاذ القرارات الإدارية ذات العلاقة بقنوات التسويق والتجزئة. |
| 7. Understand the public policy constraints in which a marketing distribution system must operate. | ٧. فهم قيود السياسة العامة التي يجب أن يعمل فيها نظام التوزيع في التسويق. |
| 8. Construct written work which is logically and professionally presented. | ٨. بناء العمل الكتابي بطريقة منطقية ومهنية. |
| 9. Communicate ideas in a succinct and clear manner. | ٩. توصيل الأفكار بطريقة موجزة وواضحة. |

Text book and other requirements; الكتاب المقرر والمراجع المساندة:

| اسم الكتاب | اسم المؤلف | اسم الناشر | سنة النشر |
|--|--------------------------|----------------------------|-----------|
| إدارة قنوات التوزيع: منهج متكامل | محمود الصمادي | دار اليازوري للنشر- الأردن | ٢٠١٢ |
| Distribution Channels: Understanding and Managing Channels to Market | Julian Dent & Kogan Page | Pearson Education Inc | 2011 |

