



الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------

الكلية	الاعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	إدارة التوزيع	رقم المادة	0504214
الساعات المعتمدة	3	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	إدارة التسويق

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن هذا المساق تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية فيما يتعلق بإدارة التوزيع، حيث يتضمن توضيح كل الجوانب المتعلقة بكيفية تطوير وإدارة وتقييم أداء قنوات التوزيع، وثم إلقاء الضوء والتعريف بالجوانب الأخرى المتعلقة بإدارة التوزيع والتي تتضمن التوزيع المادي، قنوات التوزيع والخدمات، قنوات التسويق الدولي. وبما يخدم الطالب في فهم أهمية الدور الحيوي لهذا النشاط ضمن المفهوم الحديث للتسويق.

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	المعرفة
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات ماهية و بيئة القنوات التسويقية. 2.1 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا وتحريريا في حقول ومجالات البيئة التكنولوجية.
الهدف الثاني	المهارات الإدراكية
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات الي تخطيط القنوات التسويقية. 2.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في المؤسسات التسويقية (السماسة والوكلاء). 3.2 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل في منشآت تجارة الجملة.
الهدف الثالث	مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل في الصراع داخل قنوات التسويق. 2.3 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق في مجال منشآت تجارة التجزئة.
الهدف الرابع	مهارات الاتصال وتقنية المعلومات والمهارات العددية
مخرجات التعلم للهدف الرابع	1.4 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا و تحريريا في حقول التوزيع المادي والخدمات التسويق. 2.4 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق في قنوات تسويق الخدمات.
الكتاب المعتمد:	1. هاني حامد الضمور، (2017)، إدارة قنوات التوزيع، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
المراجع العلمية:	1. Gorchels L., Marien E.J., and West Cluck, (2004), Marketing Channel, McGraw-Hill Professional. 2. Coughlan A.T., (2001), Marketing Channels, 6 th ed., Prentice-Hall, Inc.,
التوزيع الزمني	



الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------

الاسبوع	عدد الساعات	الموضوعات	الصفحات في الكتاب المعتمد	ملاحظات
01	3	الفصل الاول : ماهية القنوات التسويقية: <ul style="list-style-type: none">• طبيعة القناة التسويقية.• أهداف القناة التسويقية.• وظائف القناة التسويقية.	الضمور 31-23	
02	3	<ul style="list-style-type: none">• أهمية القناة التسويقية.• منافع ووظائف القناة التسويقية.• تصميم القناة التسويقية.• العوامل المؤثرة في القناة التسويقية.	الضمور 61-31	
03	3	الفصل الثاني : تحليل بيئة القناة التسويقية: <ul style="list-style-type: none">• علاقة البيئة بالقناة التسويقية.• بيئة القنوات التوزيعية.• البيئة الحضرية و الاجتماعية.	الضمور 72-66	
04	3	<ul style="list-style-type: none">• البيئة التكنولوجية.• البيئة التنافسية.• البيئة القانونية و السياسية.• البيئة الاقتصادية.	الضمور 81-72	
05	3	الفصل الثالث : تخطيط القنوات التسويقية: <ul style="list-style-type: none">• تطوير إستراتيجية القناة التسويقية.• طرق تقييم قنوات التوزيع البديلة.• اختيار أعضاءقناة محددين.• قيود أساسية على إستراتيجية قناة التوزيع.	الضمور 110-85	
06	3	الفصل الرابع : المؤسسات التسويقية (السماسرة والوكلاء) : <ul style="list-style-type: none">• أنواع المؤسسات الوظيفية.• أنواع السماسرة والوكلاء .	الضمور 128-115	
07	3	<ul style="list-style-type: none">• إدارة السماسرة والوكلاء .• تحفيز السماسرة والوكلاء .• تقييم أعمال السماسرة والوكلاء .	الضمور 135-129	
08	3	الفصل الخامس : منشآت تجارة الجملة: <ul style="list-style-type: none">• مفهوم تجارة الجملة.• اوجه الاختلاف بين تجار الجملة وتجار التجزئة.• خدمات ووظائف منشآت تجار الجملة.	الضمور 148-139	
09	3	<ul style="list-style-type: none">• أهمية تجارة الجملة.• أنواع تجار الجملة.• الإدارة الإستراتيجية لمنشآت الجملة.• أسباب الاستغناء عن خدمات متاجر الجملة.	الضمور 170-149	



الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------

الضمور 181-173	الفصل السادس : منشآت تجارة التجزئة : • مفهوم تجارة التجزئة. • الوظائف الرئيسة لمنشآت التجزئة. • مقومات متاجر التجزئة الناجحة.	3	10
الضمور 229-181	• العوامل المؤثرة على نمو وتطور متاجر التجزئة. • أنواع متاجر التجزئة. • السلاسل التطوعية. • إدارة متاجر التجزئة.	3	11
لضمور 280-271	الفصل السابع : إدارة الصراع داخل قنوات التسويق. • طبيعة الصراع في قناة التسويق. • أسباب الصراع في قناة التسويق. • نتائج الصراع على القناة التسويقية.	3	12
الضمور 293-280 الضمور 368-361	• إدارة الصراع بكفاءة داخل قنوات التسويق. الفصل الثامن : التوزيع المادي: • مفهوم التوزيع المادي. • أهمية التوزيع المادي.	3	13
الضمور 414-368	• علاقة التوزيع المادي بعناصر المزيج التسويقي الأخرى. • أهداف التوزيع المادي • مكونات نظام التوزيع المادي.	3	14

طريقة التقييم للمواد النظرية	المشاركة = 10% الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي = 50%	طريقة التقييم للمواد العملية	أعمال الفصل = 50% (تقارير، أبحاث، امتحانات يومية) الامتحان النهائي = 50%
------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

اعتمدت من قبل رئيس القسم	د. نافر نمر علي	تاريخ الاعتماد	
--------------------------	-----------------	----------------	--

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعباً من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة	د. إيهاب علي القرم	رقم المكتب	140
الهاتف الداخلي	190	البريد الإلكتروني	i.elqirem@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية	3-2 ح ث خ		