



" الريادة والأبداع في الأعمال "  
Entrepreneurship and  
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الاعمال  
Faculty of Business



" عراقة وجودة "  
"Tradition and Quality"

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

الكلية	الأعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	التسويق الصناعي	رقم المادة	0504242
الساعات المعتمدة	3	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	إدارة التسويق

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن هذا المساق تعريف الطالب بماهية وطبيعة التسويق الصناعي كمجال تسويقي متخصص بالإضافة الى تصنيفات المنتجات الصناعية، إضافة الى تحليل أنماط الطلب على المنتجات الصناعية وتجزئة الأسواق الصناعية، تحليل السلوك الشرائي الصناعي إضافة الى تخطيط عناصر المزيج التسويقي للمنتجات الصناعية من تمييز وتدرج وتكامل الخدمات المساندة قبل وأثناء وبعد البيع. ويشمل الرقابة على الإنتاج وضبط الجودة TQM وتطبيق نظام الأيزو 9000.

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	معرفة وفهم مفهوم التسويق الصناعي وابعاد التسويق الصناعي
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة 2.1 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة
الهدف الثاني	دراسة وفهم الاختلاف بين التسويق الصناعي والتسويق الاستهلاكي من حيث ( المنتجات طبيعة الطلب )
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي و/ أو النوعي 2.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة
الهدف الثالث	فهم تطبيق استراتيجيات السوق الصناعي
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق 2.3 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شغفيا و تحريريا في حقول ومجالات بحوث التسويق 3.3
الهدف الرابع	دراسة و فهم استراتيجيات المزيج التسويقي الصناعي
مخرجات التعلم للهدف الرابع	1.4 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة 2.4 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي 3.4 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الاهداف المنشودة
الكتاب المعتمد:	العسكري احمد (2000) التسويق الصناعي ، مدخل استراتيجي .





"الريادة والأبداع في الأعمال"  
Entrepreneurship and  
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الاعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

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

Reeder, R., Brierly, E. (1991), Industrial Marketing: Analysis, Planning and Control, Prentice-Hall, NJ,	المراجع العلمية:
--	------------------

التوزيع الزمني				
الاسبوع	عدد الساعات	الموضوعات	الصفحات في الكتاب المعتمد	ملاحظات
01	1 1 1	- مفهوم نظام التسويق الصناعي - وظيفة الانتاج - انظمة الانتاج	22-15	الفصل 1
02	1 1 1	مفهوم التسويق الصناعي اهمية التسويق الصناعي نظام التسويق الصناعي	35-25	
03	1 1 1	انواع السلع الصناعية المواد الاولية - المصنعة - التركيبات	46-39	
04	1 1 1	طبيعة الطلب على السلع الصناعية صفات الطلب - انواع الطلب	63-53	الفصل 2
05	1 1 1	السوق الصناعي تجزئة السوق الصناعي	76-73	الفصل 3
06	1	استراتيجيات اختيار السوق الصناعي	94-84	الفصل 3.
07	1	ابعاد سياسة السلع الصناعية التنميط - التدرج - التكامل	1085-99	4+3
08	1 1 1	ابعاد سياسة السلع الصناعية خدمة السلع	122-110	4+3
09	1 1 1	سياسة تسعير السلع الصناعية استراتيجيات التسعير	140-129	4





"الريادة والأبداع في الأعمال"  
Entrepreneurship and  
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية  
Al-Zaytoonah University of Jordan  
كلية الاعمال  
Faculty of Business



"عراقة وجودة"  
"Tradition and Quality"

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

4	162-141	سياسة تسعير السلع الصناعية سياسات التسعير وطرق التسعير	1 1	10
4	169-167	سياسة التوزيع للسلع الصناعية . منافذ التوزيع	1 1	11
4	201-182	سياسة التوزيع للسلع الصناعية • التوزيع المادي	1 1	12
4	224-231	الترويج للسلع الصناعية - عناصر العوامل المؤثرة في الترويج - المزيج الترويجي	1 1	-13
5	241-225	عناصر المزيج الترويجي - الاعلان البيع الشخصي .	1 1	-14
5	268-251	ادارة الجودة الشاملة TQM أهمية الجودة - اهداف الجودة - عناصر الجودة .	1 1	-15

طريقة التقييم للمواد النظرية	المشاركة = 10% الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي = 50%	طريقة التقييم للمواد العملية	اعمال 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	م. عمر ابو حميدة	رقم المكتب	128
الهاتف الداخلي	161	البريد الالكتروني	
الساعات المكتبية	ح 12-1 ن 2-4		