

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فريق ميدان التكوين

التخصص: تسويق

الشعبة: علوم تجارية

المقياس: التسويق الصناعي

الأستاذ: بزقاري عبلة

السداسي: السادس

السنة: سنة ثالثة ليسانس

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس

المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)	محاور البرنامج (الفصول)	الأسابيع*
1 - مفهوم التسويق الصناعي 2 - مفهوم الصناعة والشعبة الصناعية 1 - أهمية التسويق الصناعي	الفصل الأول: طبيعة التسويق الصناعي	الأسبوع 01
2 - أنواع التسويق الصناعي 3 - أوجه الاختلاف بين التسويق الصناعي والتسويق الاستهلاكي	الفصل الأول: طبيعة التسويق الصناعي	الأسبوع 02
1 - مفهوم الطلب 2 - أشكال الطلب 3 - العوامل المؤثرة في الطلب على المنتجات الصناعية 4 - التنبؤ بالطلب على المنتجات الصناعية	الفصل الثاني: الطلب على المنتجات الصناعية	الأسبوع 03
1 - مفهوم تجزئة السوق 2 - فوائد ومعايير تجزئة السوق الصناعي 3 - أسس تجزئة السوق الصناعي 4 - الاستهداف (اختيار السوق المستهدف) والتموقع	الفصل الثالث: تجزئة السوق الصناعي	الأسبوع 04
1 - تعريف الشراء الصناعي 2 - مسؤوليات وظيفة الشراء للمؤسسة الصناعية 3 - حالات الشراء	الفصل الرابع: سلوك المشتري الصناعي	الأسبوع 05
1 - مركز الشراء (وحدة صنع القرار) 2 - مراحل عملية الشراء الصناعي	الفصل الرابع: سلوك المشتري الصناعي	الأسبوع 06
1 - تعريف المنتج الصناعي 2 - تصنيف المنتجات الصناعية 3 - إستراتيجية المنتج الصناعي	الفصل الخامس: المنتج الصناعي	الأسبوع 07
1 - دورة حياة المنتج الصناعي والاستراتيجيات التسويقية	الفصل الخامس: المنتج الصناعي	الأسبوع 08

2 - تطوير المنتجات الجديدة		
1 - تعريف الخدمات الصناعية 2 - خصائص الخدمات الصناعية 3 - تصنيف الخدمات الصناعية	الفصل السادس: الخدمات الصناعية	الأسبوع 09
1 - تعريف السعر والتسعير الصناعي 2 - العوامل المؤثرة في إستراتيجية التسعير الصناعي 3 - استراتيجيات التسعير الصناعي 4 - المصطلحات الرئيسية المرتبطة بالتسعير الصناعي	الفصل السابع: تسعير المنتجات الصناعية	الأسبوع 10
1 - تعريف قنوات التوزيع الصناعية 2 - طرق التوزيع الصناعي (هيكل القناة) 3 - مهام وأسباب استخدام الوسطاء وأنواعهم في السوق الصناعي	الفصل الثامن: توزيع المنتجات الصناعية	الأسبوع 11
1 - عملية تصميم قناة التوزيع الصناعي 2 - العوامل المؤثرة في اختيار قنوات التوزيع الصناعية 3 - التوزيع المادي في السوق الصناعي	الفصل الثامن: توزيع المنتجات الصناعية	الأسبوع 12
1 - تعريف الترويج الصناعي ومجالاته 1 - البيع الشخصي	الفصل التاسع: الترويج الصناعي أو الاتصالات التسويقية الصناعية	الأسبوع 13
2 - الإعلان وتنشيط المبيعات 3 - الدعاية والعلاقات العامة 4 - المعارض التجارية والصناعية	الفصل التاسع: الترويج الصناعي أو الاتصالات التسويقية الصناعية	الأسبوع 14

المراجع المعتمدة في المقياس:

1. نظام موسى سويدان، سمير عزيز العبادي، تسويق الأعمال، دار الحامد للنشر، الأردن، 2011.
2. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الصناعي، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2011.
3. محمد عبد الفتاح الصيرفي، التسويق الصناعي، دار المناهج للطباعة والنشر، الأردن، 2016.
4. سيد سالم عرفة، التسويق الصناعي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
5. أحمد شاكر العسكري، التسويق الصناعي، دار وائل للطباعة والنشر، ط.03، الأردن، 2007.
6. أنيس أحمد عبد الله، إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
7. Malaval, Philippe, et Christophe Bénaroya, **Marketing business to business: marketing industriel et d'affaires**, Pearson Education, France, 2009.
8. DAYAN Armand, **Le marketing industriel: le marketing appliqué aux biens et services industriels et professionnels**, Edition Vuibert, 4^{ème} édition, 1999

أسلوب التقييم في المقياس: البحث 08 + الفروض (فرضين) 08 + العمل الشخصي والمشاركة 04