

## نموذج (هـ)



### المملكة العربية السعودية

جامعة الملك سعود

وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية  
إدارة الخطط والبرامج الدراسية

### خطة المقرر Module Syllabus

Course title: Sales Management	اسم المقرر: إدارة المبيعات
Course number and code: MARR 2310	رقم المقرر ورمزه: ٢٣١٠ تسر
Prerequisite: N/A	المتطلب السابق للمقرر: لا يوجد
Medium of Instruction: Arabic	لغة تدريس المقرر: العربية
Course Level: Department elective course	مستوى المقرر: اختياري قسم
Credit Hours : 3	الساعات المعتمدة: ٣

#### Module Description

#### وصف المقرر :

This course examines the elements of an effective sales force as a key component of the organization's total marketing effort. This course is designed for students interested in a career in professional selling and sales management. The course is concerned with how to manage a sales force with the objective of maximizing overall sales performance in terms of both effectiveness and efficiency.

يتناول هذا المقرر عناصر القوى البيعية الفعالة كعنصر أساسي من جهود التسويق الكلية للمنظمة. تم تصميم هذا المقرر للطلاب الراغبين في مهنة البيع وإدارة المبيعات. ويبيّن المقرر بكيفية إدارة قوى المبيعات بهدف تحقيق أقصى قدر من الأداء الإجمالي للمبيعات من حيث الفعالية والكلاء مع التركيز على إدارة الأعمال التجارية (بدلاً من المستهلك) في إدارة القوى البيعية.

#### Module Aims

#### أهداف المقرر :

There are two primary purposes for the Sales Management course:

- 1-To gain a deep understanding of professional B2B sales including its planning and staffing, structure, and evaluation.
- 2-To understand how to manage and motivate a professional B2B sales force from the perspectives of a sales manager (authority) and a marketing manager (influence)

هذا هدفان رئيسيان لمقرر إدارة المبيعات:

- 1-الحصول على فهم عميق لإدارة المبيعات في سوق إدارة الأعمال التجارية B2B بما في ذلك التخطيط والتوظيف، والبيكل، والتنبیم.
- 2-فهم كيفية إدارة وتحفيز القوى البيعية من وجهات نظر مدير المبيعات (السلطة) ومدير التسويق (تأثير)



**Student Learning Outcomes:**

**الأهداف التعليمية للمقرر:**

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذه المقرر أن يكون قادرًا على:

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

1. Demonstrate an in-depth understanding of the terms, tools and techniques used in sales management today.
2. Understand the basic functions of sales force management as well as theories and concepts about appropriately managing the sales function to attain firm marketing objectives.
3. Recognize the role of key technologies in sales processes and practices.
4. Demonstrate problem solving and critical thinking skills via the application of theories and concepts studied to practical business situations.
5. Demonstrate an understanding of the importance of ethical behavior in relationship selling and sales management.
6. Build the ability to work in team-based situations.
7. Communicate clearly, in an organized fashion, the concepts of Sales in both oral and written work.
8. Employ numeracy and quantitative skills in forecasting and budgeting.

١. إظهار فهم متعمق للمصطلحات والأدوات والتقييمات المستخدمة في إدارة المبيعات اليوم.
٢. فهم الوظائف الأساسية لإدارة البيعية وكذلك النظريات والمقاهيم ذات العلاقة بإدارة وظيفة المبيعات لتحقيق أهداف الشركة.
- ٣ - إدراك دور التكنولوجيات الرئيسية في عمليات وممارسات البيع.
٤. حل المشكلات واستخدام مهارات التفكير الناقد من خلال تطبيق النظريات والمقاهيم على مواقف عملية.
٥. إظهار فهم لأهمية السلوك الأخلاقي في العلاقة بين البيع وإدارة المبيعات.
٦. بناء القدرة على العمل في الحالات القائمة على الفريق.
٧. التواصل شفويًا وكتابيًّا بشكل واضح وبطريقة منتظمة لمقاهيم ذات العلاقة بالمبيعات.
٨. توظيف مهارات الحساب والمهارات الكمية في مجال التنبؤ واعداد الميزانيات البيعية.

**الكتاب المقرر والمراجع المساعدة:**

سنة النشر	اسم الناشر	اسم المؤلف	اسم الكتاب
٢٠١٢	جامعة الملك عبدالعزيز	حبيب التركستاني	إدارة المبيعات والمهارات البيعية
2015	Routledge	Thomas N. Ingram, Raymond W. LaForge, Ramon A. Avila, Charles H. Schwepler Jr., Michael R. Williams	Sales Management: Analysis and Decision Making

