

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

الرمز: وت أس 2.1

اسم المادة: تسويق الخدمات العمومية

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- فهم خصوصية الخدمة العمومية
- فهم كيف يمكن تطبيق مبادئ التسويق على القطاع العمومي.
- القدرة على تكييف مبادئ التسويق مع خصوصية القطاع العمومي
- القدرة على وضع خطة تسويقية لحملة في القطاع العمومي

المعارف المسبقة المطلوبة:

- المام الطالب بالمبادئ العامة للتسويق
- التمكن من المفاهيم العامة للخدمة وتسويقها.

محتوى المادة

- المحور الأول: مقدمة: توسيع نطاق تطبيق مبادئ التسويق على القطاع العمومي
- المحور الثاني: تعريف وخصوصيات تسويق الخدمات العمومية
- المحور الثالث: سلوك مستهلك الخدمات العمومية
- المحور الرابع: المزيج التسويقي للخدمات العمومية
- المحور الخامس: التسويق الاستراتيجي للخدمات العمومية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. Laurent Hermel, Le marketing public, Economica, 1990
2. Marine Le Gall-Ely, Le marketing public, e-theque, 2003
3. Armel Severin Mbembo, Le marketing public dans le management des organisations publiques, Editions universitaires européennes, 2021
4. Joe Wilson Schaefer, (2018), Content Marketing: Essential Guide to Learn Step-by-Step the Best Content Marketing Strategies to Attract your Audience and Boost Your Business Paperback.