

## عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 1.2

اسم المادة: تسويق خدمات النقل

الرصيد: 06

المعامل: 03

نمط التعليم: حضوري

### أهداف التعليم:

- التعرف على مختلف وسائل النقل وهياكله
  - فهم خصوصية خدمات النقل
  - فهم خصوصيات تسويق خدمات النقل
- وبذلك تطوير القدرة على:
- تحليل المزيج التسويقي لمؤسسة نقل
  - اقتراح خدمات جديدة وتحسين جودة الخدمة الحالية في قطاع النقل
  - تطوير إستراتيجية ولاء ورضا العملاء في قطاع النقل

### المعارف المسبقة المطلوبة:

- التمكن من المفاهيم الأساسية لتسويق الخدمات
- التمكن من عناصر المزيج التسويقي للخدمات

### محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل لخدمة النقل (المفهوم، التطور، الأهمية)
- المحور الثاني: أنواع وسائل النقل وبنياته التحتية المطارات، المحطات....
- المحور الثالث: تسويق خدمات النقل وبنياته التحتية المطارات، المحطات....
- المحور الرابع: المزيج التسويقي لخدمة النقل
- المحور الخامس: دراسة سلوك مستخدم وسائل النقل
- المحور السادس: جودة خدمة النقل وعلاقتها برضا الزبون
- المحور السابع: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق خدمات النقل.

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

#### المراجع:

1. حلول سامية، تسويق النقل الجماعي-مدخل استراتيجي-، دار الزيران للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
2. شماوي سعد الدين، تنظيم وإدارة النقل- الأسس والمشكلات والحلول، دار المريخ، الرياض، 2005.
3. عثمان يوسف ردينة، إدارة خدمات النقل الجوي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
4. دلشوخى مجد سليمان، اقتصاديات النقل والمواصلات، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2003.
5. AFT, Le marketing appliqué au transport, Celse, 1991
6. Rigas Doganis, Flying Off Course: Airline Economics and Marketing, 5th Edition, Routledge, 2019