

Kurdistan Region Government

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Erbil Polytechnic University

**Module (Course Syllabus) Catalogue**

**2022-2023**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **College/ Institute** | **Erbil Technical Administration College** | |
| **Department** | **International Marketing and languages** | |
| **Module Name** | **Pricing Strategy** | |
| **Module Code** | **PRS502** | |
| **Degree** | **Technical Diploma Bachelor High Diploma Master PhD**  × | |
| **Semester** | **Fifth Semester** | |
| **Qualification** |  | |
| **Scientific Title** |  | |
| **ECTS (Credits)** | **5** | |
| **Module type** | **Prerequisite Core Assist.**  × | |
| **Weekly hours** |  |  |
| **Weekly hours (Theory)** | **( 1 )hr Class** | **( )Total hrs Workload** |
| **Weekly hours (Practical)** | **( 2 )hr Class** | **( )Total hrs Workload** |
| **Number of Weeks** | **14** | |
| **Lecturer (Theory)** | **SARDAR YASEEN SABER** | |
| **E-Mail & Mobile NO.** | [**Sardar.sabir@epu.edu.iq**](mailto:Sardar.sabir@epu.edu.iq) **- 07504674770** | |
| **Lecturer (Practical)** |  | |
| **E-Mail & Mobile NO.** |  | |
| **Websites** |  | |

**Course Book**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Course Description** | وصف المقرر  يتناول المقرر التعريف بالمفاهيم الاساسية لعملية التسعير كأحد عناصر المزيج التسويقي. كما يهدف لإعداد الطلاب لوضع الخطط و السياسات و الاستراتيجيات الفعالة و اتخاذ القرارات السليمة في مجال التسعير. بالإضافة إلى ذلك فهو يمكن الطلاب من معالجة القضايا الاستراتيجية والتكتيكية للتسعير و يتطرق لحالات خاصة مثل تسعير الخدمات، التسعير الدولي و تسعير المنتجات الصناعية. | | | | | |
| **Course objectives** | **تهدف مادة إلى تعريف الطالب بــ**  التعرف على المفاهيم الأساسية لاستراتيجيات التسعير، التعرف على خطوات عملية التسعير، والتعرف على مداخل وطرق استراتيجيات التسعير، والتعرف على العوامل المؤثرة على عملية التسعير، التعرف على أهم المشاكل والتحديات التي قد تواجه المسوقين. | | | | | |
| **Student's obligation** | * يلزم الطالب بالتحضير المستمر للمادة لتجنب الارباك في يوم الامتحان . * المشاركة في المناقشة اثناء الدرس . * مقارنة مايتم اخذه من مادة وتطبيقها على ارض الواقع من خلال التطرق الى نماذج لمنظمات واقعية من حيث كل حالة. * اداء ما لايقل عن 2-4 امتحانات يومية ((quizzes . * تحضير الواجبات المطلوبة منه. * الاشتراك في مجاميع مع زملائه من الطلبة لاجراء الحوارات العلمية وحلقات نقاشية في الساعة المخصصة لساعة العملي. * كتابة تقاريرعن مواضيع ادارية مختلفة . * اعداد المشروع صغير حول هذا الموضوع. | | | | | |
| **Required Learning Materials** | استخدام وسائل **باستخدام (Data Show)، (Power Point)، (Weight Board) .**  **-** الحلقات النقاشية اثناء المحاضرة مع امكانية عرض الافلام العلمية اذا سمح الوقت مع استخدام اسلوب الحلقات النقاشية لبعض المواضيع**.** | | | | | |
| **Evaluation** | ‌ **Task** | | **Weight (Marks)** | | **Due Week** | **Relevant Learning Outcome** |
| Paper Review | |  | |  |  |
| Assignments | Homework | 10 | | 1-12 |  |
| Class Activity | 2 | | 1-12 |  |
| Report | 6 | | 1-12 |  |
| Seminar | 0 | | 1-12 |  |
| Essay | 0 | | 1-12 |  |
| Project | 10 | | 1-12 |  |
| Quiz | | 8 | | 1-12 |  |
| Midterm Exam | | 24 | |  |  |
| Final Exam | | 40 | |  |  |
| Total | | 100 | |  |  |
| **Specific learning outcome:** | في نهاية تدريس المقرر ينبغي أن يكون الطالب قادرا على:  1.معرفة طبيعة واهمية التسعيرفي منظمات الاعمال.  2.معرفة العلاقة بين التسعير وعناصر المزيج التسويقي في المنظمات  3.معرفة العلاقة بين التسعير وسلوك المستهلك للحصول على ميزات تنافسية.  4.معرفة الجوانب الأخلاقية والقيمية المرتبطة بطرق التسعير في منظمات الاعمال. | | | | | |
| **Course References‌:** | 1- بيومي محمد عمارة، سياسات التسعير و خصومات البيع، 2010م  2- حيان ديب، التسعير و التوزيع، 2022م  3- زكريا واخرون، مبادئ التسويق الحديث، 2007م | | | | | |
| **Course topics (Theory)** | | | | **Week** | | **Learning Outcome** |
| مفهوم التسعير | | | | الاول | |  |
| أهمية التسعير و اهداف التسعير. | | | | الثاني | |  |
| الرقابة على التسعير | | | | الثالث | |  |
| السعر كأحد عناصر المزیــــج التسویق | | | | الرابع | |  |
| القـرارات التسعيرية | | | | الخامس | |  |
| طرق التسعير(السعر بين التكلفة وإدراك المستهلكي للقيمة) | | | | السادس | |  |
| التسعير بناء على التكلفة | | | | السابع | |  |
| طريقة التسعير بالمزادات | | | | الثامن | |  |
| استراتيجيات التسعير/ استراتیجیات تسعیر المنتجات الجدیدة | | | | التاسع | |  |
| استراتیجیة التمییز السعري | | | | العاشر | |  |
| استراتیجیة التسعیر الترویجي | | | | الحادي عشر | |  |
| استراتیجیة التسعیر الدولية | | | | الثاني عشر | |  |
| استراتیجیة التسعیر الالكترونية | | | | الثالث عشر | |  |
| محددات التسعير المنتجات | | | | الرابع عشر | |  |
| **Questions Example Design**  **س1/عرف ما ياتي:**  **1- السعر 2- ميزة التنافسية‌ 3- السلوك المستهلك 4- التسعير بالمزادات**  **س2/ لماذا يهتم الشركات بالاستراتيجية التسعيرية؟**  **س3/ اشرح التسعير عن طريق المنافسة؟** | | | | | | |
| **Extra notes:** | | | | | | |
| **External Evaluator** | | | | | | |