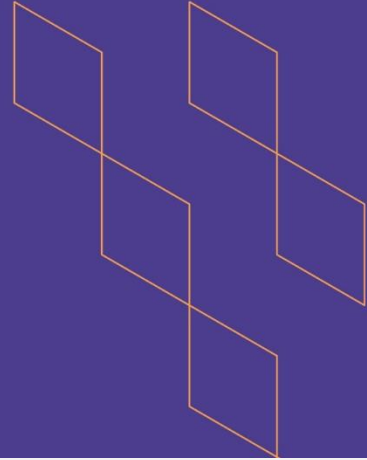




T-104

٢٠٢٢

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: التسويق الاستراتيجي

رمز المقرر: ٢٧٦ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٤٤٥/٠٢/١١ هـ





المحتويات:

الصفحة	المحتوى
٣	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
٣	١. الوصف العام للمقرر
٣	٢. الهدف الرئيس للمقرر
٤	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	١. قائمة المراجع ومصادر التعلم
٦	٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة
٦	و. تقويم جودة المقرر
٦	ز. اعتماد التوصيف



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي				
١. الساعات المعتمدة:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	√	متطلب مسار
ب. إجباري	√	اختياري		
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الخامس		
٤. الوصف العام للمقرر: يتناول المقرر تزويد الطلاب والطالبات بأحدث المعارف والمبادئ والأسس النظرية للتسويق الاستراتيجي، بما يمكنهم من فهم واستيعاب أساسيات التسويق الاستراتيجي وابعاده بالمنشآت المختلفة، ومفهوم وطبيعة التحليل البيئي، والخيارات الاستراتيجية للمنظمة، واستراتيجيات السوق المستهدف، واستراتيجيات المزيج التسويقي، واستراتيجيات التسويق الدولي.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): مقدمة في التسويق ١٦١ تسق-٣				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر				
١- تعريف الطلاب والطالبات بطبيعة وأهمية التسويق الاستراتيجي من حيث المفهوم ومجالات وأنواع استراتيجيات التسويق				
٢- التعرف بكيفية صياغة وتصميم واختيار الاستراتيجية التسويقية خاصة استراتيجيات المنافسة.				
٣- التعرف بأهم استراتيجيات المزيج التسويقي وخطة التسويق الاستراتيجي.				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	٤٥	%١٠٠
٤	التعليم عن بعد		
	المجموع	٤٥	%١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٥ = ١٥ × ٣	%١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)		
	الإجمالي	٤٥	%١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يوضح أهمية التخطيط التسويقي الاستراتيجي سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة	P-١ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
1.2	يشرح طبيعة وأبعاد استراتيجيات السوق المستهدف واستراتيجيات وعناصر المزيج التسويقي واستراتيجيات التسويق الدولي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة.	P-٢ع	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمناوات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يطبق استراتيجيات التسويق	M-١م	اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الانشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مقياس سلالمة التقدير ▪ كتابة التقارير ▪ التقييم بالمشاريع العلمية ▪ التقييم القائم على المناقشات ▪ الاختبارات العملية ▪ الواجبات التطبيقية ▪ البحوث
٢,٢	يميز بين مستويات العمل في السوق على ضوء الاستراتيجيات والأهداف المرسومة مستعيناً بالصورة البيانية في إيضاح المعنى	M-٢م		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التسويقية الاستراتيجية.	ق-١P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	يتحرى الدقة في جمع البيانات واعداد الخطط.	ق-٢P	التعليم التعاوني	التعليم التطبيقي
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مدخل في التسويق الاستراتيجي، مفهوم التسويق الاستراتيجي وابعاده	٥
٢	إدارة التسويق الاستراتيجي.	٤
٣	أسس التسويق الاستراتيجي	٥
٤	تخطيط التسويق الاستراتيجي ووحدات العمل	٤
٥	تحليل البيئة الاستراتيجي	٥
٦	المنافسة والاستراتيجيات التنافسية	٤
٧	استراتيجيات المنظمة واستراتيجيات التسويق.	٥
٨	استراتيجية المزيج التسويقي	٤
٩	خطة التسويق الاستراتيجي	٥
١٠	التعامل مع بيئة التسويق الاستراتيجي وتحليلها .	٤
المجموع		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة:

نشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره)

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الفصلي الاول	٨	٣٠%
٢	الاختبار الفصلي الثاني	١٦	٢٠%
٣	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٥٠%
...	المجموع		١٠٠%

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

<ul style="list-style-type: none"> التسويق الاستراتيجي، محمود الصميدعي وريده عثمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ٢٠١١م التسويق الاستراتيجي في اطار التنافسية العربية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ٢٠١٨م 	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> أحمد علي سليمان، التسويق الاستراتيجي ط١، الأصول العلمية و التطبيقات العملية، مكتبة الشقري، الرياض، السعودية ٢٠١٠م 	المراجع المساندة
<ul style="list-style-type: none"> www.uobabylon.edu.iq/eprints/pubdoc-11-25988-5012.docx رابط المكتبة السعودية الرقمية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfnl.gov.sa 	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) مع سبورة ذكية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	معمل لأتمتة الاعمال (Business Lab) مجهز بأجهزة حاسب ومربوط بشبكة الانترنت
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	توصيلات كهربائية للاستخدام عند الضرورة

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	الاستبانات
فاعلية طرق تقييم الطلاب	اعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظير	الملاحظة المباشرة/ مراجعة النظير/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل
مصادر التعلم	اعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة التخطيط والمناهج/الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس	راي الخبراء/ الاستبانات/ ورش العمل
أخرى	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	الاستبانات/ بطاقة الملاحظة

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:



جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	١٤٤٣٠٩٠٣ - ٠٠٩٩ - ٠٠٠٠٧
تاريخ الجلسة	٢٠٢٢ / ٠٤ / ٣٠:٣٠ م