

2024
TP-153



توصيف المقرر الدراسي

— (بكالوريوس)

اسم المقرر: : التسويق الاستراتيجي

رمز المقرر: : 276 تسق-3

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: 2

تاريخ آخر مراجعة: 1446/03/29 هـ



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 4
- ج. موضوعات المقرر 5
- د. أنشطة تقييم الطلبة 5
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6
- و. تقويم جودة المقرر: 6
- ز. اعتماد التوصيف: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

الساعات المعتمدة: 3 ساعات

2. نوع المقرر

أ	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الثانية/ المستوى الخامس)

4. الوصف العام للمقرر

يتناول المقرر تزويد الطلاب والطالبات بأحدث المعارف والمبادئ والأسس النظرية للتسويق الاستراتيجي، بما يمكنهم من فهم واستيعاب أساسيات التسويق الاستراتيجي وإبعاده بالمنشآت المختلفة، ومفهوم وطبيعة التحليل البيئي، والخيارات الاستراتيجية للمنظمة، واستراتيجيات السوق المستهدف، واستراتيجيات المزيج التسويقي، واستراتيجيات التسويق الدولي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):

مقدمة في التسويق 161 نسق- 3

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

- 1- تعريف الطلاب والطالبات بطبيعة وأهمية التسويق الاستراتيجي من حيث المفهوم ومجالات وأنواع استراتيجيات التسويق
- 2- التعرف بكيفية صياغة وتصميم واختيار الاستراتيجية التسويقية خاصة استراتيجيات المنافسة.
- 3- التعرف بأهم استراتيجيات المزيج التسويقي وخطة التسويق الاستراتيجي.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج	45	100%
	• التعليم التقليدي		
	• التعليم الإلكتروني		
	تطبيقي	-	-
	المجموع	45	100%

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45 = 15×3	%100
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	تطبيقي	-	-
الإجمالي		45	%100

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	ع-1-P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يشرح طبيعة وأبعاد استراتيجيات السوق المستهدف واستراتيجيات وعناصر المزيج التسويقي واستراتيجيات التسويق الدولي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة.	ع-2-P	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يطبق استراتيجيات التسويق	م-1-M	اسلوب المناقشة والحوار/ اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/ الأنشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة	■ مقياس سلالم التقدير ■ كتابة التقارير ■ التقييم بالمشاريع العلمية ■ التقييم القائم على المناقشات ■ الاختبارات العملية ■ الواجبات التطبيقية ■ البحوث
2.2	يميز بين مستويات العمل في السوق على ضوء الاستراتيجيات والأهداف المرسومة مستعيناً بالصورة البيانية في إيضاح المعنى	م-2-M		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتعامل بنزاهة وصدق وامانة وشفافية في التعاملات التسويقية الاستراتيجية.	ق-1-P	الانشطة الفردية والجماعية	■ بطاقة الملاحظة

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	يتحرى الدقة في جمع البيانات واعداد الخطط.	ق-2-P		

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مدخل في التسويق الاستراتيجي، مفهوم التسويق الاستراتيجي وابعاده	5
2	إدارة التسويق الاستراتيجي.	4
3	أسس التسويق الاستراتيجي	5
4	تخطيط التسويق الاستراتيجي ووحدات العمل	4
5	تحليل البيئة الاستراتيجي	5
6	المنافسة والاستراتيجيات التنافسية	4
7	استراتيجيات المنظمة واستراتيجيات التسويق.	5
8	استراتيجية المزيج التسويقي	4
9	خطة التسويق الاستراتيجي	5
10	التعامل مع بيئة التسويق الاستراتيجي وتحليلها .	4
	المجموع	45
	المجموع الكلي	45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	8	30%
2	الاختبار الفصلي الثاني	16	20%
3	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	50%
	المجموع		100%

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

<ul style="list-style-type: none"> التسويق الاستراتيجي، محمود الصميدعي وردينه عثمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2011م التسويق الاستراتيجي في اطار التنافسية العربية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية 2018م أحمد علي سليمان، التسويق الاستراتيجي ط١، الأصول العلمية و التطبيقات العملية، مكتبة الشقري، الرياض، السعودية 2010م 	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> رابط المكتبة السعودية الرقمية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfnl.gov.sa 	المراجع المساندة
<ul style="list-style-type: none"> مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب 	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. 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:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
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 والاجابات/ 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 الادارية
رقم الجلسة	00007 - 0099 - 14430903
تاريخ الجلسة	12:30 04 / 04 / 2022 م