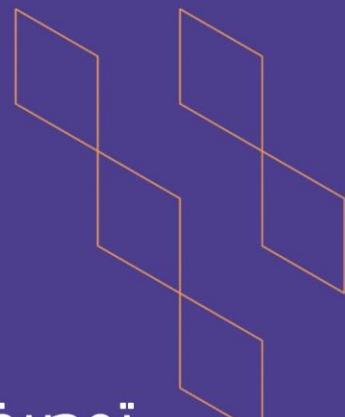


2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب  
Education & Training Evaluation Commission



## توصيف المقرر الدراسي — (بكالوريوس) —

اسم المقرر: التسويق الاستراتيجي

رمز المقرر: 276 ترقق-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

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





## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

### 1. التعريف بالمقرر الدراسي

#### 1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

الساعات المعتمدة: 3 ساعات

#### 2. نوع المقرر

|                               |                                     |  |                                     |  |                                     |
|-------------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> أخرى | <input type="checkbox"/> متطلب مسار | <input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص | <input type="checkbox"/> متطلب كلية | <input type="checkbox"/> متطلب جامعة       | <input type="checkbox"/> متطلب دولي |
|                               |                                     | <input type="checkbox"/> اختياري               | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> إجباري |                                     |

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

#### 4. الوصف العام للمقرر

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

#### 5-المطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت):

مقدمة في التسويق 161 ترق- 3

#### 6-المطلبات المترابطة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

#### 7. الهدف الرئيس للمقرر

- تعريف الطلاب والطالبات بطبيعة وأهمية التسويق الاستراتيجي من حيث المفهوم و مجالات وأنواع استراتيجيات التسويق
- التعريف بكيفية صياغة وتصميم و اختيار الاستراتيجية التسويقية خاصة استراتيجيات المنافسة.
- التعريف بأهم استراتيجيات المزيج التسويقي وخطه التسويق الاستراتيجي.

#### 2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

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





3. الساعات التدريبية (على مستوى الفصل الدراسي)

| النسبة | ساعات التعلم       | النشاط          | م |
|--------|--------------------|-----------------|---|
| %100   | $45 = 15 \times 3$ | محاضرات         | 1 |
|        |                    | معلم أو إستوديو | 2 |
|        |                    | ميداني          | 3 |
|        |                    | دروس إضافية     | 4 |
| -      | -                  | تطبيقي          | 5 |
| %100   | 45                 | الإجمالي        |   |

ب. نوافذ التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسيها وطرق تقييمها:

| طرق التقييم  | استراتيجيات التدريس  | رمزنات التعلم المرتبطة بالبرنامج | نوافذ التعلم  | الرمز |
|--|--|----------------------------------|---|-------|
| المعرفة والفهم   |  |                                  |   | 1.0   |
| الاختبارات والواجبات   | المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات   | P-1ع                             | يوضح أهمية التخطيط التسويقي الاستراتيجي سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة   | 1.1   |
| الاختبارات والواجبات   | المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات   | P-2ع                             | يشرح طبيعة وأبعاد استراتيجيات السوق المستهدف واستراتيجيات وعناصر المزيج التسويقي واستراتيجيات التسويق الدولي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة. | 1.2   |
| المهارات   |  |                                  |   | 2.0   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ مقياس سالم التقدير</li> <li>▪ كتابة التقارير</li> <li>▪ التقييم بالمشاريع العلمية</li> <li>▪ التقييم القائم على المناقشات</li> <li>▪ الاختبارات العملية</li> <li>▪ الواجبات التطبيقية</li> <li>▪ البحث</li> </ul> | اسلوب المناقشة وال الحوار / اسلوب حل المشكلات/ اسلوب البيان العلمي/ اسلوب ورش العمل/الأنشطة الجماعية/ التعليم التعاوني/ اسلوب دراسة الحالة | M-1م                             | يطبق استراتيجيات التسويق  | 2.1   |
|  |  | M-2م                             | يميز بين مستويات العمل في السوق على ضوء الاستراتيجيات والأهداف المرسومة مستعيناً بالصورة البيانية في إيضاح المعنى                               | 2.2   |
| القيم والاستقلالية والمسؤولية  |  |                                  |   | 3.0   |
| ▪ بطاقة الملاحظة   | الأنشطة الفردية والجماعية  | P-1ق                             | يتعامل بنزاهة وصدق وأمانة وشفافية في التعاملات التسويقية الاستراتيجية.  | 3.1   |





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

#### ج. موضوعات المقرر

| م  | قائمة الموضوعات  | الساعات التدريبية المتوقعة |
|----|--|----------------------------|
| 1  | مدخل في التسويق الاستراتيجي، مفهوم التسويق الاستراتيجي وابعاده | 5                          |
| 2  | ادارة 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 التعليم والمرافق:

### 1. قائمة المراجع ومصادر التعليم:

|   |                       |
|---|-----------------------|
| ▪ التسويق الاستراتيجي، محمود الصميدعى وربينه عثمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عام 2011م<br>التسويق الاستراتيجي في إطار التنافسية العربية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية 2018م  | المراجع الرئيس للمقرر |
| ▪ أحمد علي سليمان، التسويق الاستراتيجي ط١، الأصول العلمية و التطبيقات العملية، مكتبة الشقري، الرياض، السعودية 2010م   | المراجع المساعدة      |
| ▪ رابط المكتبة السعودية الرقمية <a href="https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx">https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx</a><br>رابط مكتبة الملك فهد الوطنية <a href="https://www.kfnl.gov.sa">https://www.kfnl.gov.sa</a> | المصادر الإلكترونية   |
| موقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب   | أخرى                  |

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

### و. تقويم جودة المقرر:

| طرق التقييم   | المقيمون   | مجالات التقويم                  |
|---|--|---------------------------------|
| الاستبيانات   | الطلبة   | فاعلية التدريس                  |
| الملاحظة المباشرة/مراجعة النظير/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل    | أعضاء هيئة التدريس/لجنة الجودة/المراجع النظير    | فاعلية طرق تقييم الطلاب         |
| ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبيانات | أعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب             | مصادر التعليم                   |
| رأي الخبراء/ الاستبيانات/ ورش العمل   | لجنة التخطيط والمناهج/الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس | مدى تحصيل مخرجات التعليم للمقرر |
| الاستبيانات/ بطاقة الملاحظة   | الطلاب واعضاء هيئة التدريس                       | أخرى                            |

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

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).





ز. اعتماد التوصيف:



| جنة الاعتماد | مجلس قسم العلوم الادارية |
|--------------|--------------------------|
| رقم الجلسة   | 00007 - 0099 - 14430903  |
| تاريخ الجلسة | 12:30 04 / 04 / 2022 م   |

