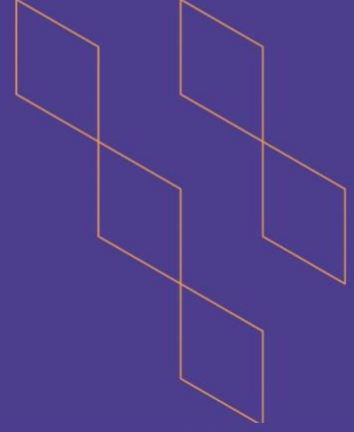




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: التسويق الاستراتيجي
رمز المقرر: 414 نسق -2
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية
الكلية: إدارة الأعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 23 - 8 - 1445هـ



جدول المحتويات

- 3..... أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
- 4..... ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
- 5..... ج. موضوعات المقرر.....
- 5..... د. أنشطة تقييم الطلبة.....
- 5..... هـ. 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: (ساعتان)

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: (المستوى السادس)

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر المفاهيم الأساسية للتسويق الاستراتيجي، مع التركيز علي التحليل الوقي الاستراتيجي، وكيفية تخطيط وحدات العمل مع مناقشة أدوات التحليل الاستراتيجي وعرض التحليل المالي ودراسة إستراتيجية السوق المستهدفة، أخذا في الاعتبار إستراتيجيات المزيج التسويقي، وكيفية وضع خطوات وإعداد خطة التسويق الإستراتيجية.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

101 تسق-3

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

التعرف على طبيعة ودور التخطيط التسويقي الاستراتيجي في منظمات الأعمال مع إكساب الطالب القدرة علي التحليل الوقي الاستراتيجي وتخطيط وحدات العمل وأدوات التحليل الاستراتيجي في المجال التسويقي وتطبيقها في المجالات التسويقية العملية المختلفة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	التعليم التقليدي	30	100%
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
	<ul style="list-style-type: none"> التعليم التقليدي التعليم الإلكتروني 		
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30	100%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	30	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف: المفاهيم الأساسية للتسويق الاستراتيجي واستراتيجيات المزيج التسويقي.	ع1	المحاضرات - العصف الذهني والمناقشة والحوار -التعلم الذاتي - عروض تقديمية	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يذكر: تخطيط التسويق الاستراتيجي, أدوات التحليل الموقفي الاستراتيجي, واستراتيجيات المزيج التسويقي	ع3	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني - الحوار والمناقشة - عروض تقديمية - اسلوب حل المشكلات	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق: التحليل الموقفي الاستراتيجي والتحليل المالي.	م1	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يقترح: استراتيجيات المزيج التسويقي.	م3	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	ق1	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	يظهر الطالب القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كان ذلك بشكل فردي او ضمن فريق.	ق2	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.3	يلتزم الطالب بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	ق3	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في التسويق الاستراتيجي والتحليل الموقفي الاستراتيجي	4
2	إدارة التسويق الاستراتيجي.	2
3	أسس التسويق الاستراتيجي.	2
4	تخطيط التسويق الاستراتيجي.	2
5	تحليل البيئة الإستراتيجية.	4
6	المنافسة والاستراتيجيات التنافسية.	4
7	استراتيجيات المنظمة واستراتيجيات التسويق.	4
8	استراتيجيات المزيج التسويقي.	4
9	خطوات إعداد خطة التسويق الاستراتيجي.	4
المجموع		30

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	الأسبوع الثامن	30%
2	الواجبات	طول الفصل الدراسي	20%
3	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي (حسب الموعد المحدد من القبول والتسجيل)	50%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

محمود جاسم الصميدعي (2020): التسويق الاستراتيجي , دار المسيرة للنشر والتوزيع.	المرجع الرئيس للمقرر
محمد إبراهيم عبيدات ، إستراتيجية التسويق ط ٤ مدخل سلوكي، دار وائل للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن أحمد علي سليمان، التسويق الاستراتيجي ط ١، الأصول العلمية و التطبيقات العملية، مكتبة الشقري، الرياض، السعودية. ناجي نزار عبد المجيد البرواري، وأحمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق (المفاهيم- الأسس -الوظائف)، دار وائل . عمان . الأردن . ٢٠٠٨م ثامر البكري، إستراتيجيات التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع . عمان . الأردن. ٢٠٠٩م.	المراجع المساندة
رابط المكتبة الرقمية السعودية: http://nu.edu.sa/pigitailibbry.aspx	المصادر الإلكترونية
مواد تعليمية أخرى مثل البرامج المعتمدة على الحاسب الآلي / الأسطوانات المدمجة والمعايير المهنية أو اللوائح التنظيمية والبرمجيات.	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالبة	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
طابعة وسبورة مع أقلام وماسحة سبورة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر: الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانات الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة.	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية التدريس

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر: الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل اتساق أسئلة الاختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الاختبارية).	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر: عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل.	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	عضو هيئة تدريس نظير	أخرى

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

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة