

جامعة الطائف
كلية إدارة الأعمال
قسم التسويق

توصيف مقررات برنامج ماجستير إدارة الأعمال

توصيف مقرر: التسويق الاستراتيجي
تاريخ التوصيف: 1/1/1440 هـ

المؤسسة: جامعة الطائف
الكلية: إدارة الأعمال
القسم: إدارة الأعمال

أ. التعريف بالمقرر الدراسي ومعلومات عامة عنه:

١. إسم ورمز المقرر الدراسي: التسويق الاستراتيجي
٢. عدد الساعات المعتمدة: (٣)
٣. البرنامج أو البرامج التي سيتم تدريس هذا المقرر فيه: ماجستير إدارة الأعمال
٤. اسم عضو هيئة التدريس المسؤول عن المقرر الدراسي (منسق المقرر): أ.د. عبد الرحيم الغامدي
٥. السنة أو المستوى الأكاديمي الذي يعطى فيه المقرر الدراسي: الأول
٦. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت): مبادئ التسويق تسق ٢٠١-٣
٧. المتطلبات المصاحبة لهذا المقرر (إن وجدت): لا يوجد
٨. موقع تقديم المقرر (إن لم يكن داخل المبنى الرئيس للجامعة): مقر الجامعة الرئيسي الحوية
٩. طريقة التدريس (وضع علامة <input type="checkbox"/> أمام كل ما ينطبق):
أ. الفصول الدراسية التقليدية
ب. النظام المدمج (التقليدية والإلكترونية)
ج. التعلم الإلكتروني
د. نظام الدراسة بالمراسلة
هـ. أخرى
النسبة المئوية
النسبة المئوية
النسبة المئوية
النسبة المئوية
النسبة المئوية
٨٠ %
٢٠ %
✓
✓
التعليق على ما سبق:

ب. الأهداف:

١. ما الهدف الرئيسي لدراسة هذا المقرر: يهدف هذا المقرر إلى تمكين الدارسين (الباحثين في المجال التسويقي والممارسين) من الفهم والاستيعاب للاستراتيجيات والنماذج الحديثة في التسويق الاستراتيجي والتزود بصورة واضحة ودقيقة بالأدوات والأساليب والمفاهيم الضرورية لاتخاذ القرارات التسويقية الاستراتيجية أو التوصية باتخاذها، وما يتطلبه ذلك من المعرفة والمهارة والقدرة. كما يهدف إلى التعرف على المناهج والممارسات الحديثة في المجال التسويقي ومنها:

<input type="checkbox"/> إدارة العلاقات مع العملاء Customer relationship management <input type="checkbox"/> أخلاقيات اتخاذ القرارات التسويقية الاستراتيجية Ethics and strategic marketing decision making <input type="checkbox"/> التوجه التسويقي A Market-led Orientation	<input type="checkbox"/> مدخل الموارد في التحليل والتخطيط
<p>٢. صف بإيجاز أية خطط يتم تنفيذها في الوقت الراهن من أجل تطوير وتحسين المقرر الدراسي:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● استخدام اساليب التدريس الحديثة وتطوير المقرر ● تدريب الطالب علي استعمال المكتبة و الحالات العملية لتطوير معلوماته في مجال التسويق 	

ج. توصيف المقرر الدراسي:

<p>توصيف المقرر:</p> <p>يغطي المقرر الدور الاستراتيجي للتسويق, موضحاً الاختلافات الجوهرية بينه وبين معالجات إدارة التسويق. ويركز على الاستراتيجيات التسويقية, وبناء وتكوين وتطبيق المزيج التسويقي, بغرض إشباع حاجات ورغبات السوق المستهدف بما يحقق أهداف المنظمة. كما يتناول التحركات الاستراتيجية التسويقية والمداخل الحديثة كمدخل تنمية العلاقات, و STP STRATEGY بالتطبيق على الشركات والمؤسسات.</p>
--

١. الموضوعات التي ينبغي ان يتناولها المقرر:			
ساعات التدريس	عدد الأسابيع	قائمة بالموضوعات	
6	2	١	مفاهيم أساسية في التسويق
6	2	٢	مفاهيم أساسية عن الاستراتيجية, مفاهيم أساسية في التسويق الاستراتيجي
6	2	٣	تحليل البيئة التسويقية
3	1	٤	صياغة استراتيجيات المزيج التسويقي – استراتيجيات المنتج
3	1	٥	صياغة استراتيجيات المزيج التسويقي – استراتيجيات التسعير
3	1	٦	صياغة استراتيجيات المزيج التسويقي – استراتيجيات التوزيع
3	1	٧	صياغة استراتيجيات المزيج التسويقي – استراتيجيات الترويج
6	2	٨	استراتيجيات السوق
6	2	٩	أدوات التحليل الاستراتيجي
		١٠	
		١١	

٢. مكونات المقرر الدراسي (إجمالي عدد ساعات التدريس المعتمدة لكل فصل دراسي):						
المجموع	أخرى	التدريب الميداني	المعمل	التطبيقات العملية	المحاضرة	عناصر المحتوى

٤٥					٤٥	عدد الساعات الفعلية
٣					٣	عدد الساعات المعتمدة

٣. ساعات دراسة إضافية خاصة / ساعات التعلم المتوقع أن يستوفيهما الطالب أسبوعياً : (٣)						
٤. مخرجات تعلم البرنامج في ضوء الإطار الوطني للمؤهلات وتوافقها مع طرق التقييم واستراتيجيات التدريس.						
م	مجالات نواتج التعلم بالإطار الوطني للمؤهلات ومخرجات تعلم المقرر	استراتيجيات التعليم المستخدمة لتطوير تلك المعارف	طرق تقييم المعارف المكتسبة			
المعرفة:						
	يتعرف الطالب على مفاهيم و نظريات التسويق الاستراتيجية الأساسية	المحاضرات	الاختبارات و الحالات العملية			
	معرفة الاعتبارات الاستراتيجية المؤثرة في تصميم المزيج التسويقي					
المهارات الإدراكية:						
	أن يحدد الطالب الاعتبارات الاستراتيجية المؤثرة في تصميم المزيج التسويقي الاستراتيجي	المحاضرات – التكاليفات – الحالات العملية	الاختبارات المقالية والموضوعية و الحالات العملية			
	يحلل بيئة التسويق الاستراتيجي ويقترح استراتيجيات التعامل معها					
مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية:						
	2. القدرة على جمع وتسجيل وتحليل وتبادل المعلومات التسويقية على المستوى الاستراتيجي في مجموعات Teams, وصياغة الفروض وعرض الدراسات والتقارير وأوراق العمل كتابة و شفاهة, ومناقشتها باستخدام تكنولوجيا المعلومات	المحاضرات	حالات عملية وتطبيقات			
مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية:						
	4. الكتابة العلمية التي تربط بين التحديد الدقيق للظاهرة التسويقية, وربطها بأسبابها بشكل موضوعي والوصول لقرارات أو التوصية بها بناء على تحليل علمي.	المحاضرات	حالات عملية و تطبيقات			

تحديد الجدول الزمني لأساليب التقويم التي يتم تقييم الطلبة وفقها خلال الفصل الدراسي:

رقم التقويم	طبيعة التقويم (كتابة مقال، اختبار قصير، مشروع جماعي، اختبار، عرض تقديمي... الخ)	الأسبوع المحدد له	نسبة درجته إلى الدرجة النهائية
١	اختبار نصفي	السابع	٢٠
٢	المشاركة والواجبات والأنشطة الصفية	مستمر	٢٠
3	الانتظام و المشاركة	مستمر	20
4	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	4٠

د. الدعم والإرشاد الأكاديمي المُقدم للطلبة:

<p>الإجراءات أو الترتيبات المعمول بها لضمان تواجد أعضاء هيئة التدريس لتقديم الاستشارات والإرشاد الأكاديمي للطلبة المحتاجين لذلك: يتم نشر الساعات المكتبية لأعضاء هيئة التدريس للطلاب وتعليقها على أبواب المكاتب. ويستطيع الطلاب التواصل مع أعضاء هيئة التدريس من خلال البريد الإلكتروني الرسمي. المشاركة في مناقشة و حل الحالات العملية و التطبيقات مع الطلاب بالقاعة أو المكتب</p>

هـ. مصادر التعلم:

<p>١ . الكتاب / الكتب المقررة المطلوبة:</p> <p><input type="checkbox"/> الغامدي، عبدالرحيم علي، (1436هـ -)، التسويق الاستراتيجي – النظرية والتطبيق (مدخل اتخاذ القرارات)، الطبعة الأولى، مكتبة الاكليل، المملكة العربية السعودية – الطائف.</p>
<p>٢ . المراجع الاساسية (الدوريات والمجلات العلمية، التقارير،... الخ): 2/Drummond, Graeme, Ensor, John and Ashford, Ruth, (2008), Strategic Marketing: Planning and Control, Elsevier Ltd, London 3/ Whalley, Andrew, (2010), Strategic Marketing, Andrew Whalley & Ventus Publishing ApS</p>
<p>٣ . الكتب والمراجع التي يوصى بها (الدوريات والمجلات العلمية، التقارير،... الخ) (أرفق قائمة بها)</p>
<p>٤ . المراجع الإلكترونية، مواقع الإنترنت... الخ: مواقع مجلات الادارة العربية و الاجنبية.</p>
<p>٥ . مواد تعليمية أخرى مثل البرامج التي تعتمد على برامج الكمبيوتر أو الأقراص المدمجة أو المعايير المهنية أو الأنظمة الفنية.</p>

و. المرافق المطلوبة:

<p>بيّن متطلبات المقرر الدراسي بما في ذلك حجم فصول الدراسة والمختبرات:</p>
--

١. المباني (المرافق التعليمية) (قاعات المحاضرات، المختبرات،...الخ): - قاعات المحاضرات. - أجهزة الكمبيوتر و الانترنت.
٢. أجهزة الكمبيوتر (أجهزة العرض السبورة الذكية، البرامج التعليمية،...الخ): - نظام ادارة التعلم
٣. مصادر أخرى:

ز. تقييم المقرر الدراسي وعمليات تطويره:

١. استراتيجيات الحصول على التغذية الراجعة من الطلاب بخصوص فعالية التدريس: -استمارة تقييم مقرر من قبل الطلاب -ملاحظات الطلاب علي المقرر التقييم الذاتي من خلال تلقي و استيعاب الطلاب - تقييم الحالات العملية
٢. استراتيجيات أخرى لتقييم عملية التدريس من قبل رئيس البرنامج أو القسم : -الملاحظات من الزملاء - تقييم ذاتي
٣. عمليات تطوير التدريس: -متابعة الجديد في المقرر -متابعة تدريس المقرر في جامعات اخري
٤. عمليات التحقق من مستويات إنجاز الطلبة : -مراجعة تصحيح عينة من اوراق اختبار الطلاب بواسطة عضو هيئة تدريس اخر -مقارنة اناج الطلاب في شعب مختلفة اعداد ملف المادة متضمنا اوراق اختبارات مختلفة لطلاب و تكاليفهم
٥. صف إجراءات التخطيط المعدة للمراجعة الدورية لفعالية المقرر الدراسي والتخطيط لتطويرها: - مراجعة توصيف المقرر بصورة دورية ليواكب التطورات في المقرر - محاولة ادخال طرق تدريس جديدة تتضمن دراسة حالة لضمان التطبيق العملي

اسم مدرس المقرر الدراسي: د. عماد الدين محمد زين محمد سعيد

التوقيع: _____ تاريخ اتمام التوصيف : 1/1/1440 هـ

رؤجع بواسطة: _____ العميد / رئيس البرنامج

التوقيع: _____ التاريخ: 1440

