

# توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	التسويق الاستراتيجي
رمز المقرر:	٦٠٢٣١٣ -٣
البرنامج:	التسويق
القسم العلمي:	التسويق
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الطائف

## المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ..... ٣
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ..... ٤
١. الوصف العام للمقرر: ..... ٤
٢. الهدف الرئيس للمقرر ..... ٤
٣. مخرجات التعلم للمقرر: ..... ٤
- ج. موضوعات المقرر ..... ٤
- د. التدريس والتقييم: ..... ٤
١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ..... ٤
٢. أنشطة تقييم الطلبة ..... ٥
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: ..... ٥
- و - مصادر التعلم والمرافق: ..... ٥
١. قائمة مصادر التعلم: ..... ٥
٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة: ..... ٦
- ز. تقويم جودة المقرر: ..... ٦
- ح. اعتماد التوصيف ..... ٦

## أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة:
٢. نوع المقرر
أ. <input type="checkbox"/> متطلب جامعة <input type="checkbox"/> متطلب كلية <input checked="" type="checkbox"/> متطلب قسم <input type="checkbox"/> أخرى
ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر : السنة الرابعة المستوى السابع
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مبادئ التسويق ٣-٢٠٢٠١-٦٠
٥. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد

## ٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٣	%١٠٠
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

## ٧. ساعات التعلم الفعلية للمقرر (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
١	محاضرات	٤٥
٢	معمل أو إستوديو	—
٣	دروس إضافية	—
٤	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	٤٥
ساعات التعلم الأخرى*		
١	ساعات الاستذكار	٤٥
٢	الواجبات	١٥
٣	المكتبة	١٠
٤	إعداد البحوث/ المشاريع	١٠
٥	أخرى (تذكر)	—
	الإجمالي	١٢٥
	( إجمالي الساعات الفعلية ١٢٥ ساعة تعلم )	

\* هي مقدار الوقت المستمر في النشاطات التي تسهم في تحقيق مخرجات التعلم للمقرر، ويشمل ذلك: جميع أنشطة التعلم، مثل: ساعات الاستذكار، إعداد المشاريع، والواجبات، والعروض، والوقت الذي يقضيه المتعلم في المكتبة

## ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر: يتناول مقدمة عن التسويق الاستراتيجي التحليل الاستراتيجي خطواته ، وينتهي بإعداد خطة التسويق الاستراتيجية.
٢. الهدف الرئيس للمقرر تعريف الطالب بمفهوم التسويق الاستراتيجي ودراسة وتحليل البيئة التسويقية وإعداد الخطط الاستراتيجية التسويقية .
٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	<b>1 المعارف</b>
١ ع	1.1 أن يصف الطالب أهم المفاهيم والاستراتيجيات المتعلقة بالمزيج التسويقي بيسمي عناصره.
	1.2
	1.3
	1...
	<b>2 المهارات</b>
١ م	2.1 يحلل البيئة التسويقية الداخلية والخارجية الخاصة والعامة ويقترح أفضل الاستراتيجيات للتعامل معها
	2.2
	2.3
	2...
	<b>3 الكفاءات</b>
١ ك	3.1 يقسم ويجزئ الأسواق ويختار الاستراتيجية المناسبة للتعامل مع الأسواق المستهدفة
٢ ك	3.2 يحدد استراتيجية المكانة النسبية (الصورة الذهنية) للمنتج والمنظمة
	3.3
	3...

## ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	مقدمة في التسويق الاستراتيجي	٦
٢	تحليل البيئة التسويقية	٦
٣	أدوات تحليل البيئة التسويقية (تحليل سوات، تحليل القوى الخمس)	٣
٤	استراتيجيات المنتج	٣
٥	استراتيجيات السعر	٣
٦	استراتيجيات التوزيع	٣
٧	استراتيجيات الترويج	٣
٨	تعريف السوق وأنواع الأسواق واستراتيجيات التعامل مع الأسواق المختلفة	٦
٩	تجزئة واستهداف الأسواق وخلق المكانة النسبية	٣
١٠	أدوات التحليل الاستراتيجي	٦
١١	الرقابة على الخطط الاستراتيجية	٣
	<b>المجموع</b>	<b>٤٥</b>

## د. التدريس والتقييم:

١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>1.0</b>	<b>المعارف</b>		
1.1	أن يصف الطالب أهم المفاهيم والاستراتيجيات المتعلقة بالمزيج التسويقي بيسمي عناصره.	المحاضرات	الاختبارات

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.2			
...			
2.0	المهارات		
2.1	يحلل البيئة التسويقية الداخلية والخارجية الخاصة والعامه ويقترح أفضل الاستراتيجيات للتعامل معها	- عصف ذهني - لعب أدوار - مناقشات	- تقديم عروض - أوراق عمل - إعداد تقارير
2.2			
...			
3.0	الكفاءات		
3.1	يقسم ويجزئ الأسواق ويختار الاستراتيجية المناسبة للتعامل مع الأسواق المستهدفة	- عصف ذهني - لعب أدوار - مناقشات	- تقديم عروض - أوراق عمل - إعداد تقارير
3.2	يحدد استراتيجية المكانة النسبية (الصورة الذهنية) للمنتج والمنظمة	- عصف ذهني - لعب أدوار - مناقشات	- تقديم عروض - أوراق عمل - إعداد تقارير
...			

## ٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	الاختبار الدوري	٨	٢٠%
٢	النشاط والمشاركة	١٥ - ١	٢٠%
٣	الاختبار النهائي (الفصلي)	١٦	٦٠%
٤			
٥			
٦			
٧			
٨			

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

## هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- المتابعة الأكاديمية
- الإرشاد الطلابي
- الإرشاد النفسي والاجتماعي
- التعاون مع وحدة الإرشاد الطلابي بالقسم والكلية

## و - مصادر التعلم والمرافق:

### ١. قائمة مصادر التعلم:

عبدالرحيم الغامدي، التسويق الاستراتيجي - النظرية والتطبيق - مدخل اتخاذ القرارات، مكتبة الاكليل، الطائف	المرجع الرئيس للمقرر
- محمد إبراهيم عبيدات. استراتيجية التسويق - مدخل سلوكي. (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢ م). - محمد الصيرفي. التسويق الاستراتيجي. (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٩ م)	المراجع المساندة
<a href="https://www.ust.edu/usty/images/open/library/mang/76/76.doc">https://www.ust.edu/usty/images/open/library/mang/76/76.doc</a>	المصادر الإلكترونية

المكتبة الرقمية السعودية	أخرى
--------------------------	------

## ٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية مناسبة للطلاب
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	- كمبيوتر - سبورة ذكية - إنترنت - بروجكتر
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

## ز. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	- أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	- الطلبة - قيادات البرنامج - المراجع النظيرة	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	- أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج - المجلس الاستشاري	- استطلاعات الرأي - التقارير
مصادر التعلم	- الطلبة - أعضاء هيئة التدريس	استطلاعات الرأي
الخدمات	- الطلبة - أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي

مجالات التقييم (مثل: فاعلية التدريس، فاعلة طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر، مصادر التعلم ... إلخ)  
المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)  
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر)

## ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	مجلس قسم التسويق
رقم الجلسة	٨
تاريخ الجلسة	١٤٤٠/٧/٦ هـ