



اعتماد
NCAAA
T4
2020

| | |
|---------------|--------------------------|
| اسم المقرر: | مقرر التسويق الاستراتيجي |
| رمز المقرر: | ٦٠٢٣١٣-٣ |
| البرنامج: | بكالوريوس في التسويق |
| القسم العلمي: | قسم التسويق |
| الكلية: | كلية إدارة الأعمال |
| المؤسسة: | جامعة الطائف |

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ٣
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ٣
١. الوصف العام للمقرر: ٣
٢. الهدف الرئيس للمقرر ٣
٣. مخرجات التعلم للمقرر: ٣
- 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: ٥
- 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 checked="" type="checkbox"/> إجباري <input type="checkbox"/> اختياري <input type="checkbox"/> |
| ٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر : السابع |
| ٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مبادئ التسويق ٣ - ٦٠٢٢٠١ |
| ٥. المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد |

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

| م | نمط الدراسة | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|---------------------|-----------------------|--------|
| 1 | المحاضرات التقليدية | ٤٠ | %١٠٠ |
| 2 | التعليم المدمج | | |
| 3 | التعليم الإلكتروني | | |
| 4 | التعليم عن بعد | | |
| 5 | أخرى | | |

٧. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

| م | النشاط | ساعات التعلم |
|---|-----------------|--------------|
| ١ | محاضرات | ٤٠ |
| ٢ | معمل أو إستوديو | |
| ٣ | دروس إضافية | |
| ٤ | أخرى (تذكر) | |
| | الإجمالي | ٤٠ |

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

| |
|---|
| ١. الوصف العام للمقرر: يتناول مقدمة عن التسويق الاستراتيجي و خطواته و ينتهي بإعداد خطة التسويق الاستراتيجية. |
| ٢. الهدف الرئيس للمقرر تعريف الطالب بمفهوم التسويق الاستراتيجي و دراسة و تحليل و إعداد الخطط الاستراتيجية. |

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

| رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج | مخرجات التعلم للمقرر |
|----------------------------------|---|
| | 1 المعرفة والفهم |
| ١٤ | 1.1 يسمي عناصر المزيج التسويقي و يصف أهم المفاهيم و الاستراتيجيات المتعلقة بها. |
| | 1.2 |
| | 1.3 |
| | 1... |

| رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج | مخرجات التعلم للمقرر |
|--|--|
| | 2 المهارات |
| م 1 | 2.1 يحلل البيئة التسويقية الداخلية و الخارجية الخاصة و العامة و يقترح أفضل الاستراتيجيات للتعامل معها. |
| | 2.2 |
| | 2.3 |
| | 2... |
| | 3 القيم |
| ق 1 | 3.1 يتعرف على و يطبق الصدق و الشرف في التعامل مع المنافسين و الأمانة و الصدق في تقديم منتجات مناسبة بسعر مناسب للمستهلك. |
| | 3.2 |
| | 3.3 |
| | 3... |

ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات | ساعات الاتصال |
|----|--------------------------------|------------------|
| 1 | مقدمة في التسويق الاستراتيجي | 4 |
| 2 | تحليل و البيئة التسويقية | 4 |
| 3 | استراتيجيات المنتج | 4 |
| 4 | استراتيجيات السعر | 4 |
| 5 | استراتيجيات التوزيع | 4 |
| 6 | استراتيجيات الترويج | 4 |
| 7 | استراتيجيات الأسواق | 4 |
| 8 | تجزئة و استهداف الأسواق | 4 |
| 9 | أدوات التحليل الاستراتيجي | 4 |
| 10 | الرقابة على الخطط الاستراتيجية | 4 |
| | المجموع | 40 |

د. التدريس والتقييم:

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

| الرمز | مخرجات التعلم | استراتيجيات التدريس | طرق التقييم |
|------------|--|--------------------------|---------------------------------------|
| 1.0 | المعرفة والفهم | | |
| 1.1 | يسمي عناصر المزيج التسويقي و يصف أهم المفاهيم و الاستراتيجيات المتعلقة بها. | المحاضرات | الاختبارات |
| 1.2 | | | |
| ... | | | |
| 2.0 | المهارات | | |
| 2.1 | يحلل البيئة التسويقية الداخلية و الخارجية الخاصة و العامة و يقترح أفضل الاستراتيجيات للتعامل معها. | أوراق العمل و التكاليفات | تقييم أوراق العمل و التكاليفات |
| 2.2 | | | |
| ... | | | |
| 3.0 | القيم | | |
| 3.1 | يتعرف على و يطبق الصدق و الشرف في التعامل مع المنافسين و الأمانة و الصدق في تقديم منتجات | المحاضرات وورش العمل | الاختبارات و تقييم ورش العمل و النقاش |

| الرمز | مخرجات التعلم | استراتيجيات التدريس | طرق التقييم |
|-------|-----------------------------|---------------------|-------------|
| | مناسبة يسعر مناسب للمستهلك. | | |
| 3.2 | | | |
| ... | | | |

٢. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم | توقيت التقييم (بالأسبوع) | النسبة من إجمالي درجة التقييم |
|---|---------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| ١ | الاختبار الدوري | ٥-٤ | ٢٠% |
| ٢ | النشاط و المشاركة | ١٠-١ | ٢٠% |
| ٣ | الاختبار النهائي (الفصلي) | ١٢ | ٦٠% |
| ٤ | | | |
| ٥ | | | |
| ٦ | | | |
| ٧ | | | |
| ٨ | | | |

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

| |
|--|
| |
|--|

و - مصادر التعلم والمرافق: ١. قائمة مصادر التعلم:

| | |
|----------------------|--|
| المرجع الرئيس للمقرر | د. عبد الرحيم الغامدي، التسويق الاستراتيجي-النظرية و التطبيق مكتبة الإكليل، الطائف ١٤٤٢-٢٠٢١م |
| المراجع المساندة | محمد إبراهيم عبيدات ، استراتيجيات التسويق – مدخل سلوكي (عمان: دار وائل للنشر و التوزيع، ٢٠٠٢م) محمد الصيرفي. التسويق الاستراتيجي. (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٩م) |
| المصادر الإلكترونية | Power.com/marketing glossary.htmlwww.marketing |
| أخرى | |

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

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

ز. تقويم جودة المقرر:

| مجالات التقويم | المقيمون | طرق التقييم |
|--------------------------------|---|-----------------|
| فاعلية التدريس | أعضاء هيئة التدريس | استطلاعات الرأي |
| فاعلية طرق تقييم الطلاب | - الطلبة - قيادات البرنامج - المراجع النظرية | استطلاعات الرأي |
| مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر | - أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج - المجلس الاستشاري | استطلاعات الرأي |
| مصادر التعلم | - الطلبة - أعضاء هيئة التدريس | استطلاعات الرأي |
| الخدمات | - الطلبة - أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج | |

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

ح. اعتماد التوصيف

| | |
|------------------|--------------|
| مجلس قسم التسويق | جهة الاعتماد |
| ٤ | رقم الجلسة |
| ٢٠٢١/١١/٢٢ | تاريخ الجلسة |