



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)

اسم المقرر: التخطيط الاستراتيجي التسويقي
رمز المقرر: 24227 تسك
البرنامج: التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: العلوم الإدارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة بيشة
نسخة التوصيف: 2
تاريخ آخر مراجعة: 27-8-2023





جدول المحتويات

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



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (2)

2. نوع المقرر

أخرى

متطلب مسار

متطلب تخصص

متطلب كلية

متطلب جامعة

أ

-

اختياري

إجباري

ب

-

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

4. الوصف العام للمقرر

يستعرض المقرر أهمية مراحل التخطيط الاستراتيجي التسويقي داخل المنشأة الاقتصادية، وطرق التحليل الاستراتيجي. ويقدم أيضا أهم الاستراتيجيات التسويقية العامة، وكذلك الخاصة بعناصر المزيج التسويقي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

- 1- تزويد الطالب بالمعارف والمهارات في مجال استخدام البحوث والمعلومات التسويقية في تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة.
- 2 - تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة التخطيط الإستراتيجي ومراحله.
- 3 - تعريف الطالب بأهمية التخطيط الإستراتيجي سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة.
- 4 - تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة إستراتيجية التسويق.
- 5- تعريف الطالب بمفهوم وطبيعة وأبعاد إستراتيجيات عناصر المزيج التسويقي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	30	100%
2	التعليم الإلكتروني	/	/
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	/	/
4	التعليم عن بعد	30	100%

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	التعرف على أهمية التخطيط التسويقي الاستراتيجي سواء على مستوى المنظمات أو الوحدات أو الأنشطة	١٤	المحاضرات. الحوار. المناقشة. محاكاة الواقع. فرق العمل.	الاختبارات التحريرية. الفصلية والنهائية. أسئلة تحصيلية وتقويمية أثناء المحاضرة.
1.2	تنمية الرصيد المعرفي لدى الطالب فيما يتعلق بمفهوم وطبيعة التخطيط التسويقي الاستراتيجي ومراحله	٢٤	المحاضرات. الحوار. المناقشة. محاكاة الواقع. فرق العمل.	الاختبارات التحريرية. الفصلية والنهائية. أسئلة تحصيلية وتقويمية أثناء المحاضرة.
1.3	التعرف على مفهوم وطبيعة وأبعاد استراتيجيات وعناصر المزيج التسويقي وتطبيقاتها داخل المنظمات المعاصرة	٣٤	المحاضرات. الحوار. المناقشة.	الاختبارات التحريرية. الفصلية والنهائية.

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
			محاكاة الواقع. فرق العمل.	أسئلة تحصيلية وتفويمية أثناء المحاضرة.
2.0	المهارات			
2.1	يطبق الاستراتيجيات على مستويات العمل في السوق على ضوء الاستراتيجيات والاهداف المرسومة.	م ١	التعلم في مجموعات صغيرة. التعلم التعاوني. دراسة الحالة. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات الفردية والجماعية. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
2.2	يستخدم الموارد المتاحة للعمل على تطبيق استراتيجيات عناصر المزيج التسويقي	م ٢	التعلم في مجموعات صغيرة. التعلم التعاوني. دراسة الحالة. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات الفردية والجماعية. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	ربط المعرفة النظرية بممارسات عملية في الواقع السعودي.	ق ١	التعلم التعاوني. حل المشكلات. دراسة الحالة. التعلم الذاتي.	تقويم المناقشات الجماعية بشكل دوري. تقييم الواجبات الفردية والجماعية. تقييم الأوراق البحثية المقدمة من الطلاب.
3.2	استثمار المعلومات في التطبيق العملي والاتصال مع المعين في العمل التسويقي	ق ٢	التعلم التعاوني. حل المشكلات. دراسة الحالة. التعلم الذاتي.	تقويم المناقشات الجماعية بشكل دوري. تقييم الواجبات الفردية والجماعية. تقييم الأوراق البحثية المقدمة من الطلاب.

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في التسويق الاستراتيجي	2
2	التحليل الموقفي الاستراتيجي	2
3	تخطيط وحدات العمل وأدوات التحليل الاستراتيجي	2
4	استراتيجية السوق المستهدفة	4
5	تخطيط إستراتيجية السلعة	4
6	تخطيط إستراتيجية التسعير	4
7	تخطيط إستراتيجية التوزيع	4
8	تخطيط إستراتيجية الترويج	4
9	اعداد خطة التسويق الاستراتيجية	4
المجموع		30

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي أول .	الأسبوع السادس	15 %
2	اختبار فصلي ثاني	الأسبوع العاشر	15 %
3	واجبات + كويزات + مشاركات.	خلال الفصل الدراسي	20 %
4	اختبار تحريري نهائي .	الأسبوع العشر	50 %

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	محمد إبراهيم عبيدات، إستراتيجية التسويق ط4 مدخل سلوكي، دار وائل للنشر والتوزيع والطباعة، 2016
المراجع المساندة	
المصادر الإلكترونية	
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... الخ)	قاعات دراسية مجهزة تتسع ل 30 طالب أو طالبة علي شكل مجموعات صغيرة وموصلة علي الانترنت.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	- حاسب آلي. - داتا شوا. - سبورة ذكية.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	الطلبة + رئيس القسم + والتقييم الذاتي	فاعلية التدريس
مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	الطلبة - أعضاء هيئة التدريس- رئيس القسم	فاعلية طرق تقييم الطلاب
مباشر عن طريق المقارنات المرجعية - وتحديث المراجع	المراجع النظير- استاذ المقرر - الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	استاذ المقرر - رئيس القسم	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:

الكلية التطبيقية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
30-8-2023	تاريخ الجلسة