**منهاج المادة التعليمية SYLLABUS**

**اسم المــــــادة التعليــميـــة: التسويق الاستراتيجي**

**الميدان :** العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية (D06). **الشعبة** : العلوم التجارية ...........

**التخصص: ثالثة تسويق رقمي**

**السداسي: الثاني**  **السنة الجامعية :** 2024/ 2025 .......................

**التعرف على المادة التعليمية**

**العنوان: التسويق الاستراتيجي**

**وحدة التعليم : أساسية**..............................................................................

**عدد الأرصدة : 05**  **المعامل : 02**

**الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاث ساعات**...........................................

**المحاضرة ( عدد الساعات في الأسبوع ) : 1 سا و30 د**.................................

**أعمال توجيهية ( عدد الساعات في الأسبوع ) : 1 سا و30 د** .............................

**أعمال تطبيقية ( عدد الساعات في الأسبوع ) :** .............................

**مسؤول المادة التعليمية**

**الاسم، اللقب، الرتبة :** ضواوية سعيدة  **، أستاذة محاضرة**.

**تحديد موقع المكتب ( مدخل ، مكتب ) : رقم (**..**)** ............................

**البريد الالكتروني :saidadouaouia**@yahoo.fr

**رقم الهاتف : 0773050274**

**توقيت الدرس ومكانه** **: يوم الاثنين على الساعة 11 الى 12.30 ومن 14.00 الى 15.30بالقاعة رقم 04 ترجمة**

**وصف المادة التعليمية**

**المكتسبات (Pré requis):**

**حتى يتمكن الطالب من دراسة محتوى هذه المادة لابد أن يكون متحكما في مكتسبات مادة** أساسيات التسويق 1 و2**(السنة الثانية ليسانس).**

**الهدف العام للمادة التعليمية:**

تهدف هذه المادة إلى مساعدة الطالب على تطبيق المهارات المكتسبة في مجال التسويق والتي تساهم في شرح كيفية تصميم استراتيجيات تسويق فعالة وطويلة المدى، حيث تلبي متطلبات البيئة الديناميكية، أين يستكشف الطلبة أدوات التحليل الاستراتيجي واتخاذ القرارات الاستراتيجية لادارة التسويق، والتسويق المستهدف وكيفية ادارة كل ذلك من التخطيط إلى الرقابة .

أهداف التعلم **(المهارات المراد الوصول إليها) :** ( من 3 الى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها): تهدف هذه المادة إلى:

1. تعريف الطالب بمفاهيم ومكونات التسويق الاستراتيجي.
2. تهدف هذه المادة إلى تكوين تصور لدى الطالب للمبادئ الأساسية لاستراتيجيات المنظمات وكيفية بنائها.
3. تعرف الطالب على مختلف أدوات التحليل البيئي.
4. التعرف على التجزئة السوقية والسوق المستهدف وتمايز عرض المؤسسة
5. مساعدة الطالب على تعلم كيفية تصميم خطة تسويق استراتيجية داخل المنظمة وتنفيذها ومراقبتها.

**طرق التقييم**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **التقييم بالنسبة المئوية** | **العلامة** | **طبيعة الامتحان** |
| **%60** | **20** | **امتحان** |
|  |  | **امتحان جزئي** |
| **%40** | **20** | **أعمال موجهة** |
|  |  | **أعمال تطبيقية** |
|  |  | **المشروع الفردي.** |
|  **%24** | **12** | **الأعمال الجماعية (ضمن فريق)**  |
| **%10** | **5** | **استجواب (Quizz)** |
| **%6** | **3** | **المواضبة (الحضور / المشاركة )** |
|  |  | **عناصر أخرى ( يتم تحديدها )**  |
| **100%** |  | **المجموع** |

**المصادر والمراجع**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **المرجع الأساسي الموصى به :** |
| **دار النشر و السنة** | **المؤلف** | **عنوان المرجع** |
| **دار اليازوري الاردن 2009**  | **زكريا الدوري، أحمد على صالح** | **الفكر الاستراتيجي وانعكاساته على نجاح منظمات الاعمال** |
|  |  | **مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):** |
| **دار الوراق، الاردن، 2012** | **محمد حسين العيساوي واخرون** | **الادارة الاستراتيجية المستدامة مدخل لادارة المنظمات في الالفية الثالثة**  |
| Dunod France ,2009 | Bernard GARETTE et autres | **STRQTEGOR** |
| **دار النشر و السنة** | **المؤلف** | **عنوان المرجع الثاني** |
|  |  |  |

**المخطط الزمني المرتقب**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **التاريخ** | **محتوى الدرس** | **الأسبوع** |
|  | السوق والبيئة التسويقية | **الأسبوع الأول** |
|  | **الاطار المفاهيمي للتسويق الاستراتيجي( التعريف، الخصائص، المستويات..)** | **الأسبوع الثاني** |
|  | **التخطيط الاستراتيجي، التنفيذ**  | **الأسبوع الثالث** |
|  | التقييم والرقابة الاستراتيجية  | **الأسبوع الرابع** |
|  | التحليل الداخلي والخارجي  | **الأسبوع الخامس** |
|  | التحليل التنافسي (بيئة الصناعة) | **الأسبوع السادس** |
|  | أدوات التحليل الاستراتيجي | **الأسبوع السابع** |
|  | التجزئة والاستهداف | **الأسبوع الثامن** |
|  | الاستراتيجيات التنافسية  | **الأسبوع التاسع** |
|  | الاستراتيجية التشغيلية | **الأسبوع العاشر** |
|  | الخيارات الاستراتيجية للمؤسسة | **الاسبوع الحادي عشر** |
|  | الخيارات الاستراتيجية | **الاسبوع الثاني عشر** |
|  | مراجعة عامة | **الأسبوع الثالث عشر** |
|  | **امتحان نهاية السداسي** | **الاسبوع الرابع عشر** |

**الأستـــاذة المحاضرة : ضواوية سعيدة أستاذة الأعمال الموجهـــة**: **ضواوية سعيدة**

**نحن طلبة السنة ثالثة**  **شعبة** علوم تجارية **تخصص** تسويق رقمي **نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة** "التسويق الاستراتيجي" **وعلى كيفية التقييم ، و فيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **اللقب** | **الإسم** | **الإمضاء** |
| **01** |  |  |  |
| **02** |  |  |  |
| **03** |  |  |  |
| **04** |  |  |  |
| **05** |  |  |  |
| **06** |  |  |  |
| **07** |  |  |  |
| **08** |  |  |  |
| **09** |  |  |  |
| **10** |  |  |  |
| **11** |  |  |  |
| **12** |  |  |  |
| **13** |  |  |  |
| **14** |  |  |  |
| **15** |  |  |  |
| **16** |  |  |  |
| **17** |  |  |  |
| **18** |  |  |  |
| **19** |  |  |  |
| **20** |  |  |  |
| **21** |  |  |  |
| **22** |  |  |  |
| **23** |  |  |  |
| **24** |  |  |  |
| **25** |  |  |  |
| **26** |  |  |  |
| **27** |  |  |  |
| **28** |  |  |  |
| **29** |  |  |  |
| **30** |  |  |  |