

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

اسم المادة التعليمية Intitulé de la Matière d'enseignement

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

التخصص : تسويق فندقي وسياحي

السنة الجامعية : 2026 / 2025

السادسي : الثالث

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : التحليل الاستراتيجي والتنافسي

وحدة التعليم : أساسية.....

عدد الأرصدة : 06 المعامل : 03

الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاثة (03) ساعات.....

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1 سا و 30 د

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1 سا و 30 د

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) :

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : جفال وردة ، أستاذة محاضر(أ).

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

البريد الالكتروني : ouarda.djeffel@gmail.com

رقم الهاتف : 0676377634

توقيت الدرس ومكانه : يوم (الاثنين) بالقاعة رقم 1 ترجمة.....

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بالتسويق الاستراتيجي وإدارة الأعمال، الذي درسهما في السداسيات السابقة.

الهدف العام للمادة التعليمية :

اكتساب الطالب المعارف المرتبطة بتحديد حاجات نشاط الأعمال بشكل صحيح والقيام بتحليل شامل للبيئات الداخلية والخارجية للمؤسسة قبل تبني الاستراتيجية المناسبة.

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

- فهم القرارات الاستراتيجية التي تتخذها المنظمات واكتساب القدرة على المشاركة في التخطيط الاستراتيجي.
- شرح المفاهيم الأساسية والمبادئ والممارسات المرتبطة بصياغة الاستراتيجية وتنفيذها.
- تحليل وتقييم مواقف المنظمة باستخدام منظور تحليلي استراتيجي.
- إجراء و تقديم تحليلا لبيئة التنافسية واستخدامه في وضع وتنفيذ استراتيجية المنظمة.
- التعرف على أهم البدائل المتاحة أمام المؤسسات السياحية للمفاضلة فيما بينها وذلك وفق نتائج التحليل الداخلي والخارجي.

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	60%
امتحان جزئي		
أعمال موجهة		
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي.		
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)(بحث)	12	24%
استجواب (Quizz)(شفهي)	6	12%
المواضبة (الحضور / الغياب)	2	04%
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع		100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
Strategic Marketing Planning A Step-by-Step Approach	Karel Jan Alsem	2024by Routledge

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
Hospitality Strategic Management CONCEPTS and CASES	CATHY A. ENZ	2010 by John Wiley & Sons, Inc
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة
Strategic Management in the Hospitality Industry	Olsen West Tse	Pearson Education Limited 2014

المخطط الزمني المرتقب

التاريخ	محتوى الدرس	الأسبوع
2025/09/25	مدخل للتحليل الاستراتيجي والتنافسي	الأسبوع الأول
2025/09/29	التحليل الداخلي: عوامل التميز، خلق القيمة والميزة التنافسية 1	الأسبوع الثاني
2025/10/06	التحليل الداخلي: عوامل التميز، خلق القيمة والميزة التنافسية 2	الأسبوع الثالث
2025/10/13	التحليل الداخلي: عوامل التميز، خلق القيمة والميزة التنافسية 2 (أدوات التحليل الداخلي)	الأسبوع الرابع
2025/10/20	التحليل الخارجي: الفرص والتحديات 1 تحليل البيئة العامة والبيئة التنافسية	الأسبوع الخامس
2025/10/27	التحليل الخارجي: الفرص والتحديات 2 تحليل المنافسين	الأسبوع السادس
2025/11/03	التحليل الخارجي: الفرص والتحديات 3 تحليل الزبائن	الأسبوع السابع
2025/11/10	التحليل الموقفي: تحليل SWOT	الأسبوع الثامن
2025/11/17	الخيارات الاستراتيجية على مستوى المنظمة 1	الاسبوع التاسع
2025/11/24	الخيارات الاستراتيجية على مستوى المنظمة 2	الاسبوع العاشر
2025/12/01	الخيارات الاستراتيجية على مستوى نشاط الأعمال	الأسبوع الحادي عشر
2025/12/08	الاستراتيجيات التشغيلية	الأسبوع الثاني عشر
2025/12/15	دراسة حالة في التحليل الاستراتيجي والتنافسي في مؤسسات سياحية	الأسبوع الثالث عشر
2025/12/22	دراسة حالة في التحليل الاستراتيجي والتنافسي في مؤسسات سياحية	الأسبوع الرابع عشر

	امتحان نهاية السداسي	
	الامتحان الاستدراكي	

أستاذ(ة) الأعمال الموجهة : جفال وردة



الأستاذ(ة) المحاضرة(ة) : جفال وردة



نحن طلبة السنة ثانية ماستر شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق فندقي وسياحي ، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة "التحليل الاستراتيجي والتنافسي" و على كيفية التقييم ، و فيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :



عنان دعاء



نصايرية عبد الرحمان