

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

التحليل الاستراتيجي والتنافسي

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

التخصص : تسويق

السنة الجامعية : 2026/2025

السداسي : الأول

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : التحليل الاستراتيجي والتنافسي.

وحدة التعليم : أساسية.....

عدد الأرصدة : 5 المعامل : 2

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

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) :

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : ضواوية سعيدة ، أستاذ محاضر.

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

البريد الإلكتروني : saida.douaouia@univ-annaba.dz

رقم الهاتف : 0669873556

توقيت الدرس ومكانه : يوم الاثنين (09.30–11.00) بالمدرج رقم (4) يوم الأربعاء (9.30–11.00)

بالقاعة: (lmd 2)

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

يفترض أن يتحكم الطلبة في مفاهيم عامة حول التسويق وأساسياته، وهي مكتسبات معرفية تم التعرض لها في السنة الثالثة تسويق من خلال مختلف المقاييس، ناهيك عن مقياس التسويق الاستراتيجي.

الهدف العام للمادة التعليمية:

يهدف المقياس الى تمكين الطلبة من فهم أهمية تحديد حاجات نشاط الاعمال بشكل صحيح والقيام بتحليل شامل للبيئات الداخلية والخارجية للمؤسسة قبل اتخاذ أي قرار. ومن ثم صياغة الاستراتيجيات المتوافقة مع وضع المؤسسة.

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

- تزويد الطالب بالمعلومات التي تمكنه من اجراء تحليلا داخليا وخارجيا لمحيط المؤسسة.
- التعرف على كيفية تحديد عوامل التميز وخلق القيمة والميزة التنافسية.
- التعرف على أهم البدائل الاستراتيجية المتاحة على مستوى المؤسسة وعلى مستوى وحدات الاعمال.

محتوى المادة التعليمية

- مقدمة في التحليل الاستراتيجي والتنافسي.
- التحليل الموقفي
- التحليل الاستراتيجي (التحليل الداخلي): عوامل التميز، خلق القيمة والميزة التنافسية.
- التحليل الاستراتيجي (التحليل الخارجي): الفرص والتهديدات.
- تحليل البيئة العامة، تحليل القوى الخمس لمايكل بورتر.
- أدوات التحليل الاستراتيجي (على مستوى وحدات الأعمال الاستراتيجية)
- أدوات التحليل الاستراتيجي (على مستوى محفظة النشاطات).
- البدائل (الخيارات) الاستراتيجية على مستوى المنظمة.
- البدائل (الخيارات) الاستراتيجية على مستوى نشاط الاعمال
- الاستراتيجيات التشغيلية.

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	60%
امتحان جزئي	07	14%
أعمال موجهة		
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي	08	16%
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	03	6%
استجاب (Quizz)		
المواضبة (الحضور / الغياب)	02	4%
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع	40	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
STRATEGOR	Bernard GARETTE et autres	Dunod 5eme édition , Paris,France2009

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت)

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
Marketing strategiques et operationnel	Jean jacques Lambin Chantal de Moerloose	Dunod, Paris, France,2008
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة
الإدارة الاستراتيجية المستدامة- مدخل لإدارة المنظمات في الألفية الثالثة.	محمد حسين العيساوي وآخرون	دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2012

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الاسبوع الاول	تقديم وشرح برنامج المقياس وتذكر المكتسبات القبلية المرتبطة بالمقياس	
الأسبوع الثاني	الاطار المفاهيمي للتحليل الاستراتيجي والتنافسي وبعض المصطلحات المرتبطة به.	
الأسبوع الثالث	التحليل الاستراتيجي (التحليل الداخلي): عوامل التميز ، خلق القيمة والميزة التنافسية.	
الأسبوع الرابع	التحليل الاستراتيجي (التحليل الخارجي).	
الأسبوع الخامس	تحليل البيئة العامة(الفرص والتهديدات)	
الأسبوع السادس	تحليل القوى التنافسية لمايكل بورتر. وخريطة المجموعات التنافسية الاستراتيجية.	
الأسبوع السابع	أدوات التحليل الاستراتيجي على مستوى وحدات الأعمال الاستراتيجية: دورة حياة المنتج، منحني الخبرة، مصفوفة النمو.	
الأسبوع الثامن	تابع أدوات التحليل: سلسلة القيمة.	
الاسبوع التاسع	أدوات التحليل على مستوى المحفظة: نموذج BCG	
الاسبوع العاشر	نموذج ماكنزي.	
الاسبوع الحادي عشر	نموذج ADL	
الأسبوع الثاني عشر	البدايل(الخيارات) الاستراتيجية على مستوى المنظمة	
الأسبوع الثالث عشر	البدايل (الخيارات) الاستراتيجية على مستوى نشاط الاعمال	
الاسبوع الرابع عشر	الاستراتيجيات التشغيلية	
الاسبوع الخامس عشر	امتحان نهاية السداسي	

أستاذ(ة) الأعمال الموجهة : د.ضواوية سعيدة

الأستاذ(ة) المحاضر(ة): د. ضواوية سعيدة




نحن طلبة فوج السنة الأولى ماستر شعبة علوم تجارية تخصص تسويق ، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة "التحليل

الإمضاء	الاسم	اللقب	
			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

الاستراتيجي والتنافسي " و على كيفية التقييم ، وفيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :

الإمضاء	الإسم	اللقب	
			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