


Petra University		جامعة البترا
Faculty of Administrative And Financial Sciences		كلية العلوم الإدارية والمالية
Marketing Department		قسم التسويق
Year:	السنة الدراسية:	Term:
		الفصل الدراسي:
Syllabus خطة المقرر		

Course Title	الاستراتيجيات التسويقية	اسم المقرر
Course Number	306420	رقم المقرر
Prerequisite Course	الادارة الاستراتيجية	المتطلب السابق

Course Objectives	أهداف وغايات المقرر
يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:	
1. تعريف الطالب بمفهوم التخطيط الاستراتيجي وماهيته وخطواته.	
2. تعريف الطالب بمفاهيم أساسية في التخطيط الاستراتيجي مثل : الإستراتيجية ، المهمة ، الرؤية ، الأهداف).	
3. تعريف الطالب بمفهوم استراتيجية التسويق ومكوناتها وخطوات إعدادها.	

Learning Outcomes (knowledge and skills)	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادرا على:	
1. فهم مفهوم التخطيط الاستراتيجي وإعداد إستراتيجية التسويق.	
2. ربط المعرفة النظرية للتخطيط الاستراتيجي للتسويق بالواقع العملي للسوق.	
3. تحليل المؤثرات البيئية المؤثرة على إستراتيجية التسويق.	
4. تحليل الحالات المختلفة المتعلقة باستراتيجيات التسويق	

Course content محتوى المقرر		
Week	الأسبوع	
1st week	التعريف بالمساق ومناقشة الخطة.	
2nd week	الفصل الأول : مقدمة عامة في التخطيط الاستراتيجي. 1. مفهوم التخطيط الاستراتيجي. 2. تعريف الإستراتيجية. 3. مكونات الإستراتيجية. 4. مستويات الإستراتيجية.	
3rd week	إستراتيجية التسويق 1. إستراتيجية التسويق (التعريف ، الصياغة) 2. خطوات إعداد إستراتيجية التسويق.	
4th week	الفصل الثاني : تطوير وبناء إستراتيجية التسويق.	

	<p>الجزء الأول : أين نحن الآن ؟</p> <p>1. التحليل البيئي . / المؤثرات الداخلية (قيم المساهمين ، متطلبات أصحاب المصالح ، التقييم الفردية ، الموارد) .</p> <p>2. تحديد نقاط القوة والضعف .</p>	
5 th week	<p>3. التحليل البيئي / المؤثرات الخارجية (السوق ، العملاء ، تحليل الصناعية ، تحليل المنافسين) .</p> <p>4. تحديد الفرص والتهديدات .</p>	الأسبوع الخامس
6 th week	<p>تطوير :</p> <p>1. الأهداف طويلة الأجل .</p> <p>2. مهمة المنظمة ورؤيتها .</p> <p>3. هويتها الإستراتيجية .</p> <p>4. القرارات الإستراتيجية على مستوى المنظمة .</p>	الأسبوع السادس
7 th week	<p>الجزء الثاني : أين نريد أن نكون ؟</p> <p>1. تطوير إستراتيجيات وحدات الأعمال الإستراتيجية .</p> <p>2. تعريف وحدة الأعمال الإستراتيجية .</p> <p>3. تحديد أهداف وحدة الأعمال الإستراتيجية .</p>	الأسبوع السابع
8 th week	<p>4. تحديد الإستراتيجية التنافسية . (Porter)</p> <p>5. تحديد الميزة التنافسية المستدامة .</p> <p>6. تحديد المكانة التنافسية لوحدة الأعمال الإستراتيجية .</p>	الأسبوع الثامن
9 th week	<p>الجزء الثالث : كيف نصل إلى ما نريد؟</p> <p>1. تطوير إستراتيجية التسويق .</p> <p>2. تحليل سلوك المستهلك .</p> <p>3. بحوث التسويق .</p> <p>4. تجزئة السوق .</p>	الأسبوع التاسع
10 th week	<p>1. تحليل جاذبية السوق .</p> <p>2. تحليل الحصة السوقية .</p> <p>3. تحليل محفظة الأعمال .</p>	الأسبوع العاشر
11 th week	<p>1. إختيار السوق المستهدف .</p> <p>2. تحديد أهداف التسويق .</p> <p>3. تحديد إستراتيجية التسويق المناسبة .</p>	الأسبوع الحادي عشر
12 th week	<p>إستراتيجيات التسويق للأسواق الجديدة.</p> <p>1. مفهوم الحداثة .</p> <p>2. أهداف تطوير المنتجات الجديدة والأسواق الجديدة .</p>	الأسبوع الثاني عشر
13 th week	<p>1. إستراتيجيات الرائد .</p> <p>2. إستراتيجيات التابع .</p>	الأسبوع الثالث عشر
14 th week	<p>إستراتيجيات التسويق للأسواق النامية.</p> <p>1. مؤشرات الأسواق النامية .</p> <p>2. فرص ومخاطر الأسواق النامية .</p> <p>3. إستراتيجيات القائد .</p>	الأسبوع الرابع عشر

	4. إستراتيجيات التابع.	
15 th week	إستراتيجيات التسويق في الأسواق الناضجة. 1. مؤشرات الأسواق الناضجة. 2. فرص ومخاطر الأسواق الناضجة. 3. إستراتيجيات التسويقية في الأسواق الناضجة.	الأسبوع الخامس عشر
16 th week	الجزء الرابع: كيف ننفذ الإستراتيجية؟ 1. تهيئة متطلبات تنفيذ الإستراتيجية (الموارد المالية والبشرية، الهيكل التنظيمي). 2. تقييم وتقوم الإستراتيجية التسويقية (تحديد معوقات تنفيذ الإستراتيجية ودواعي التغيير).	الأسبوع السادس عشر

أساليب التدريس Teaching and Learning Methods		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides		2- الشفائيات
3- Practical Exercises	Yes	3- التطبيقات العملية
4- Field Visits		4- الزيارات الميدانية
5- Research	Yes	5- البحوث
6- Others		6- أخرى
وسائل التقييم: Assessment Tools		
Examinations		الاختبارات
First Exam	20%	الاختبار الأول
Second Exam.	20%	الاختبار الثاني
Final Exam.	50%	الاختبار النهائي
Homework and participation.	10%	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

المرجع الأساسي والمراجع الإضافية Textbook and Supporting Material		
1- Text Book المرجع الأساسي الموصى به		
Authors:	ناصر البكري	المؤلف
Title:	إستراتيجيات التسويق	عنوان الكتاب
Editor:	جبهة للنشر والتوزيع	الناشر
Year of Edition:	2007	سنة النشر
2- Other Books مراجع أخرى		
Authors:	عبد العزيز جبتول	المؤلف
Title:	الإدارة الإستراتيجية في عالم متغير	عنوان الكتاب
Editor:	دار المسيرة	الناشر
Year of Edition:	2007	سنة النشر
3- Other Books مراجع أخرى		

Authors:	Orville C., Walker.Jr &Others.	المؤلف
Title:	Marketing Strategy Planning & Implementation.	عنوان الكتاب
Editor:	Irwin McGraw- Hill	الناشر
Year of Edition:	1992	سنة النشر
Research Journal		3- المجالات العلمية

Important Dates: تواريخ هامة:		
Evaluation Method & Scheme		نوع التقييم
First Exam.	الاسبوع السادس	الاختبار الأول
Second Exam.	الاسبوع الثاني عشر	الاختبار الثاني
Final Exam.	في نهاية الفصل	الاختبار النهائي
Homework and participation	تحدد في حينها	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Instructor عضو هيئة التدريس		
Name:		الاسم:
Office Number and Telephone:		رقم المكتب والهاتف:
E- mail:		البريد الإلكتروني:
Office Hours:		الساعات المكتبية:

<p>1. يلتزم الطالب بحضور كافة المحاضرات وحسب الجدول الدراسي ويسمح له بالغياب بعذر أو بدون عذر بما لا يزيد عن (7) ساعات. إن أي تجاوز للنسبة المسموح بها للغياب سيعرض الطالب للحرمان وتعطى له علامة (FA) في حال عدم توفر عذر مقبول من قبل المدرس وعمادة الكلية.</p> <p>2. يلتزم الطالب بتقديم الاختبارات والامتحانات وتقارير البحوث وأية مهام صافية أو منزلية يتم تكليفه بها في المواعيد المحددة.</p> <p>3. يستطيع الطالب مراجعة مدرس المقرر خلال الساعات المكتبية للحصول على مساعدة إضافية فيما يتعلق بالمواضيع التي تمت مناقشتها داخل الصف.</p> <p>4. هنالك مراجع رئيسة وثانوية للمقرر على الطالب الرجوع لها لزيادة تحصيله العلمي.</p> <p>5. لتعزيز الجانب المهاري، سيتم عرض ومناقشة حالات دراسية وتمارين مختلفة.</p> <p>6. كوسيلة لمساعدة الطالب، يمكن للطلاب الرجوع إلى برنامج التعليم الإلكتروني، علماً بأن الملخصات الموجودة على الموقع لا تغني عن المرجع الرئيسي للمادة.</p>	سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم
---	--------------------------------------