

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

اسم المادة: التسويق الاستراتيجي

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- التعرف على طبيعة ودور التخطيط التسويقي الاستراتيجي في منظمات الأعمال والعلاقة بينه وبين التخطيط الاستراتيجي على مستوى المنظمة.
- القدرة على تحديد وتحليل القوى والعوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على عملية التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية.
- القدرة على تحديد وتحليل عناصر ومكونات الخطط التسويقية الإستراتيجية والتكتيكية وكيفية إعدادها وأساليب تقييمها.

المعارف المسبقة المطلوبة :

التسويق ، الإدارة الاستراتيجية.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مفهوم التسويق الاستراتيجي وأبعاده.
- المحور الثاني: مجال التسويق الاستراتيجي.
- المحور الثالث: العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي.
- المحور الرابع: الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق.
- المحور الخامس: لاختلاف بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملياتي.
- المحور السادس: تحديد اهداف الإستراتيجية التسويقية.
- المحور السابع: تصميم الاستراتيجية التسويقية.
- المحور الثامن: أنواع استراتيجيات التسويق.
- المحور التاسع: الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة (استراتيجية الرائد، استراتيجية التحدي، استراتيجية التابع)...

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

