

جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

خطة تدريس المادة

Course Syllabus

رمز المادة: 0350421	المادة: استراتيجيات التسويق
المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: 0350110	مستوى المادة: الثالثة
الساعات المعتمدة:	موعد المحاضرة:

عضو هيئة التدريس		الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

وصف المادة:

تعريف الطالب بالمفهوم الحديث لاستراتيجيات التسويق ووظائفها بالإضافة الى تنمية مهارات الطالب في مجال إعداد الخطط التسويقية بمختلف مراحلها ومستوياتها في ظل استخدام الانظمة المحوسبة وقواعد البيانات الداعمة لإعداد الخطط التسويقية وتعليم الطالب للتعامل الميداني في مجال جمع المعلومات الخاصة بإعداد الخطط التسويقية..

لأهداف المادة:

يهدف هذا المساق الى :

- التعرف باستراتيجيات التسويق
- اعداد أبحاث تسويقية من خلال اختيار و توظيف مناهج البحث المناسبة بهدف الوصول لتوصيات
- القدرة على استخدام المفاهيم التسويقية الأساسية للتعرف على و الاستجابة لحاجات السوق الغير مدركة.
- القدرة على التقييم النقدي لاستراتيجيات التسويق الأساسية للوصول الى الاختيار المناسب ضمن البدائل المتعددة
- تحديد العناصر الرئيسية للبيئة التسويقية الداخلية و الخارجية بهدف التقييم الدقيق للفرص و التهديدات
- معرفة مراحل إعداد الخطط التسويقية
- تدريب الطلبة إلى إعداد خطة تسويقية لمنشأة

مكونات المادة:

- 1- الكتب المقررة:أ.د محمود الصميدعي، استراتيجيات التسويق – مدخل كمي و تحليلي ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، 2010
- 2- المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) برامج وثائقية ، برامج مساعدة، محاضرات وندوات اضافية ورشات عمل خارجية وداخلية ،
- 3- القراءات الإضافية : المراجع العلمية في المكتبة، المواقع الالكترونية، الارشاد العلمي من قبل الاستاذ المتخصص

4- دليل دراسة المادة : حسب الخطة العلمية الموزعة على الطلبة والتي تحتوي على كافة المعلومات بالإضافة الى ارشاد مدرس المادة

5- دليل الواجبات/ الوظائف، التجارب العلمية : مرفق في الخطة الدراسية وفق برنامج زمني موضح ومحدد لهذه الغاية وبشكل اسبوعي

طرق التدريس:

محاضرات، مجموعات نقاش، مجموعات تدريس، حل مسائل، مناظرات، تمارين، حلقات بحث، ورشات عمل، أنشطة ميدانية

نتائج التعلم Learning outcomes

1. المعرفة والفهم Knowledge and understanding

تعريف الطالب بالمفهوم الحديث لاستراتيجيات التسويق ووظائفها بالإضافة الى تنمية مهاراته العملية والنظرية في مجال إعداد الخطط التسويقية بمختلف مراحلها ومستوياتها في ظل استخدام الانظمة المحوسبة وقواعد البيانات الداعمة لإعداد الخطط التسويقية وتعليم الطالب للتعامل الميداني في مجال جمع المعلومات الخاصة بإعداد الخطط التسويقية.

2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار Cognitive skills

تتم تنمية مهارات الادراك ومحاكاة الافكار من خلال:

- الحالات الدراسية
- التمارين الصفية التطبيقية
- الرحلات الميدانية
- حلقات النقاش والبحث

3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص Communication skills)

يتم التواصل والاتصال من خلال

- المحاضرات المباشرة
- الساعات المكتبية للمدرس
- البريد الالكتروني
- الموقع الخاص لعضو الهيئة التدريسية

4 مهارات عملية خاصة بالتخصص والمهنة ذات العلاقة

Practical and/ or professional skills (Transferable Skills)

- تتم هذه العملية من خلال استضافة خبير خارجي متخصص في هذا المجال وايضا تنظيم زيارات الى مواقع العمل ذات التخصص لتنمية مهارات التخصص .
- المشاركة والتنظيم في ورشات عمل ذات علاقة اما ان تكون داخلية او خارجية
- مساق التدريب الميداني وما يقدمه من فرصة ممارسة التدريب وتقوية المهارات العملية

أدوات التقييم:

- تقارير، أبحاث قصيرة، مشاريع
- امتحانات قصيرة

- واجبات
- تقديم شفوي للأبحاث والتقارير
- امتحانات فصلية ونهائية

الأمانة العلمية والتوثيق

• أسلوب التوثيق (مع أمثلة توضيحية) المحاضر والكتب الرسمية ،التصوير ، كتابة التقارير في حالة اقتباس اي معلومة عند اعداد تقارير او عرض أو بحث, يجب اتباع اسلوب التوثيقي التالي APA Style :

المقالات في المجلات العلميّه: المؤلف. (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله , مجلد (عدد), رقم الصفحه من-الى.

مثال:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. *Psychology and Marketing*, 20 (2), 99-121.

الكتب: المؤلف. (سنة النشر). عنوان الكتاب (الطبعه). المدينه: دار النشر

مثال:

Kotler, P. (2000). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.

المواقع الالكترونيه: الموقع الالكتروني (السنة). العنوان. متاح في الموقع الالكتروني..... حصل عليه في تاريخ/../....

مثال:

Alexa (2012). Top sites-shopping. Available in www.alexacom.com. Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لأصحابها ببالطرق الرسمية والقانونية
- الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكتاب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على الأمانه العلميّه. ويتم ذلك بنسب اي معلومه, نموذج, جدول الخ.. الى صاحبها سواء في النص أو في المراجع , بالطرق المذكوره اعلاه . ويجب الابتعاد عن تصوير الكتب أو أجزاء منها من غير الرجوع الى المؤلف.

توزيع العلامات على أدوات التقييم	
الدرجة	أدوات التقييم
20	الامتحان الأول
20	الامتحان الثاني
40	الامتحان النهائي
20	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
100	المجموع

- طريقة التعليم: محاضرة 50% بحث 20% عملي 30%
- أسلوب الإمتحان: كتابي شفهي كتاب مفتوح

توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساعدة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	مدخل تمهيدي في الاستراتيجية: تعريف الاستراتيجية مستويات الاستراتيجية أهمية الاستراتيجية الادارة الاستراتيجية و تطورها	الامتحان القبلي زيارة المكتبة والتعرف على مراجع المادة تقديم تقرير حول توقعاتك من هذه المادة
الثاني	التخطيط الاستراتيجي: مفهوم ماهية التخطيط الاستراتيجي التخطيط الاستراتيجي للتسويق عملية التخطيط أهمية التخطيط الاستراتيجي للتسويق و أهدافها	تقديم خطة عمل كل فريق لانجاز دوره في الخطة التسويقية
الثالث	عملية التخطيط الاستراتيجي: خطوات عملية التخطيط الاستراتيجي. نموذج خطة تسويق استراتيجية العوامل المؤثرة على عملية التخطيط الاستراتيجي للتسويق.	تقديم تقرير حول مخطط الخطة التسويقية المطلوب تقديمها آخر الفصل
الرابع	التحليل البيئي: البيئة التسويقية الجزئية	

	البيئة الداخلية الكلية	
الخامس	التحليل البيئي: أدوات التحليل للتخطيط الاستراتيجي للتسويق	تقديم تقرير حول مصفوفات التحليل الاستراتيجي
السادس الامتحان الأول	الخيارات الاستراتيجية: مفهوم الخيار الاستراتيجي وعملياته العوامل المؤثرة في تحديد الخيار الاستراتيجي أنواع الخيار الاستراتيجي	- تقديم تقرير حول ما تم انجازه في الخطة التسويقية - تمارين عملية
السابع	استراتيجيات التسويق: مفهوم استراتيجية التسويق انواع استراتيجيات وتقييمها	حالة دراسية
الثامن	التسويق الاستراتيجي: أهمية التسويق الاستراتيجي. صفات التسويق الاستراتيجي و نشوئه ومستقبله التسويق الاستراتيجي و الادارة التسويقية	
التاسع	استراتيجية السوق المستهدف: تحديد الأسواق المستهدفة واستراتيجيتها اختيار القطاع السوقي و الفرص التسويقية	التدريب على برنامج SPSS
العاشر	استراتيجية المنتجات: مفهوم المنتج استراتيجيات التسويق خلال دورة حياة المنتج الاستراتيجيات البديلة لمزيج المنتجات استراتيجية تخطيط و تطوير المنتجات	تطبيقات عملية على برنامج SPSS
الحادي عشر الامتحان الثاني	استراتيجية الأسعار: مفهوم الأسعار و العوامل المؤثرة على قرارات التسعير تخطيط استراتيجية التسعير استراتيجية قيادة السعر و علاقتها بمراحل دورة حياة المنتج	- تطبيقات عملية على برنامج SPSS - تقديم تقرير حول ما تم انجازه في الخط التسويقية
الثاني عشر	استراتيجية التوزيع: تعريف التوزيع وأهمية استراتيجية التوزيع قنوات التوزيع وسلوك أعضاء نظام التوزيع استراتيجيات قنوات التوزيع	تطبيقات عملية على برنامج SPSS
الثالث عشر	استراتيجية الترويج: مفهوم الترويج و أهميته عناصر المزيج الترويجي	تطبيقات عملية على برنامج SPSS
الرابع عشر	استراتيجية الترويج: العوامل المؤثرة في تحديد استراتيجية المزيج الترويجي أنواع استراتيجيات الترويج	تطبيقات عملية على برنامج SPSS
الخامس عشر امتحان تجريبي (اختياري)	مراجعة الخطة التسويقية المطلوب انجازها و التأكد من التحليل الاحصائي المستخدم فيها	

السادس عشر الامتحان النهائي	تسليم الخطة التسويقية المطلوبة و مراجعة عامة
--------------------------------	--

**حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس
سياسة الحضور والغياب:**

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.

المراجع العلمية للمادة

• الكتب

- 1- أ.د. محمود الصميدعي، استراتيجيات التسويق – مدخل كمي و تحليلي ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، 2010
- 2- بشير العلاق ، فحطان العبدلي وسعد غالب ، إستراتيجيات التسويق ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان 1999 .
- 3- عبيدات، محمد ابراهيم، استراتيجية التسويق: مدخل سلوكي..- عمان: دار وائل للنشر و التوزيع، 2002.- ط. 3، متفحة و مزيدة
- 4- عرفة، أحمد، شلبي، سمية، الادارة الاستراتيجية للتسويق في صراع العولمة: الابداعات الادارية في التسويق و قيادة المستهلك لرؤسائه و رفاهته.- القاهرة: المؤلفين، 2005

5- David W, Cravens , Strategic Marketing, 7th ed. . New York , McGraw-Hill, Irwin 2003.

6-Blythe,Jim, Marketing strategy. -London : McGraw-Hill•2003

• الدوريات العلمية:

Journals:

- Journal of Marketing
- Journal of International Marketing and Marketing Research

• المواقع الإلكترونية Websites

www.emerald-library.com

•