

أستاذ المقرر: د. سعاد بنت عبدالله المشعل
الفصل الدراسي: الفصل الثاني لعام ١٤٣٦-١٤٣٧ هـ
الموقع الإلكتروني: http://fac.ksu.edu.sa/salmeshal
المكتب: مبنى ٣ الدور الثاني مكتب رقم ١٩٦
الساعات المكتبية: الأحد / الخميس من ١٠-١٢
هاتف المكتب: 0118055035
الجوال: 0555464654
الأيمل: salmeshal@ksu.edu.sa / Soad55@hotmail.com

وصف المقرر

. يركز هذا المقرر على دور التخطيط التسويقي الاستراتيجي وأهميته في منظمات الأعمال، ويوضح العلاقة بين خطة التسويق الإستراتيجية والخطة الإستراتيجية العامة للمنشأة. يناقش المقرر بالتفصيل العوامل المؤثرة في عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي، والعلاقة بين الخطط التسويقية الإستراتيجية والخطط قصيرة المدى، والفرق بينهما، وعناصر ومكونات كل منهما. ويشمل المقرر كذلك دراسة الطرق والوسائل والأدوات التي يمكن لمسئولي التسويق استخدامها من أجل قياس وتحليل وتقييم الأداء التسويقي للمنشأة بهدف تحقيق مركز تنافسي متميز لها في السوق في المدى الطويل. وبجانب الكتاب المقرر سيتم استخدام بعض الوسائل التعليمية الأخرى مثل القراءات الخارجية والأفلام التوضيحية وألعاب المحاكاة ودراسة الحالات والبحوث الفصلية.

متطلب سابق: ٥٠١ تسق. الساعات المعتمدة: ٣ ساعات.

أهداف المقرر

يسعى المقرر إلى تزويد الطالب بمهارات التحليل والتخطيط التسويقي وتمكينه من كتابة خطة تسويقية متكاملة. وبالتحديد يسعى المقرر إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- * التعرف على طبيعة ودور التخطيط والتنظيم والإنجاز والرقابة التسويقية في منظمات الأعمال والعلاقة بينهم وبين التخطيط الاستراتيجي على مستوى المنظمة.
- * القدرة على تحديد وتحليل القوى والعوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في عملية التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية.

- * القدرة على تحديد وتحليل عناصر ومكونات الخطط التسويقية الإستراتيجية والتكتيكية وكيفية إعدادها وأساليب تقييمها.
- * القدرة على ربط المفاهيم التسويقية وعناصر المزيج التسويقي ببعضها بشكل متكامل منطقيا والتعبير عنها في صورة خطة تسويقية مترابطة.
- * اكتساب مهارات العمل ضمن فريق وتحسين طرق الاتصال مع الآخرين.

مخرجات المقرر

في نهاية هذا المقرر سوف يكون الطلاب قادرين على:

- وصف الإستراتيجية التسويقية وكيفية إعدادها
- أعداد الخطة التسويقية الاستراتيجية
- تحليل الأوضاع التنافسية في ظل التغيرات السريعة
- تقييم التحديات في الاسواق و المجتمعات المختلفة
- اكتساب مهارات الالقاء و التعامل مع الفريق

الكتاب المقرر

- ١- د. أحمد علي سليمان. التسويق الاستراتيجي (٢٠١٠م). الناشر مكتبة الشقري، الرياض.
- ٢- مقالات علمية مختارة (سيتم تحديدها في حينها).

متطلبات المقرر

امتحان فصلي.....	20%
مشروع.....	20%
واجبات.....	10%
مشاركة	10%
الامتحان النهائي	40%
المجموع.....	100%

التسويق الإستراتيجي
٥٤١ تسق

مشروع
خطة تسويقية

إسم المشروع _____

الأرقام الجامعية	أسماء الطالبات	م

أستاذ المادة: د. سعاد بنت عبدالله المشعل

التاريخ _____

فهرس المحتويات

١. ملخص تنفيذي
٢. وصف الشركة
٣. هوية الشركة
- الرؤية/الرسالة
- الأهاف
- الميزة التنافسية
٤. تحليل الوضع الحالي
- تحليل SWOT
- نقاط لاقوة و نقاط الضعف
- الفرص و التهديدات
- تحليل الصناعة
- تحليل المنافسين
- تحليل الشركة
- تحليل المستهلكين
٥. منتجات الشركة
- الأسواق المستهدفة

نقاط الاختلاف و التميز

وضع الشركة مقارنة بالمناسين

٦. البرنامج التسويقي

استراتيجيات المنتج

استراتيجيات الاسعار

استراتيجيات الترويج

استراتيجيات التوزيع

٧. النواحي المالية

٨. التقييم

٩. الملاحق

