

عنوان الماستر: اقتصاد وتسيير المؤسسات

السداسي: الاول

اسم الوحدة: الوحدة الاساسية

اسم المادة: التسويق الاستراتيجي

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم:

_ معرفة المفاهيم المتعلقة بالتسويق

_ معرفة المفاهيم المتعلقة بالإستراتيجية

_ معرفة أصول التحليل الاستراتيجي للتسويق

المعارف المسبقة المطلوبة :

: معرفة تقنيات التسويق ضرورة والالمام بأصول الاستراتيجية

محتوى المادة:

المحور 1: مفهوم التسويق الاستراتيجي وأبعاده.

المحور 2: مجال التسويق الاستراتيجي.

المحور 3: العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي.

المحور 4: الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق.

المحور 5: الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي والتسويق ألعلمياتي.

المحور 6: تحديد اهداف الإستراتيجية التسويقية

المحور 7: تصميم الإستراتيجية التسويقية

المحور 8: أنواع استراتيجيات التسويق

المحور 9: تشخيص وتحليل البيئة الداخلية و الخارجية للمؤسسة تحليل. SWOT

المحور 10: أدوات التحليل الإستراتيجي: دراسة المصفوفات

المحور 11: إستراتيجية التجزئة – الالهداف – التوقع STP

المحور 12 :الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة (استراتيجية الرائد،استراتيجية التحدي،استراتيجية

التابع.

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

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع/نترنت، إلخ)

- عبد الرحمن توفيق _ الإدارة الإستراتيجية المبادئ والأدوات، الجزء الأول ، إصدارات بميك، القاهرة 2004
- حاجي كريمة، مطبوع بيداغوجي بعنوان: التسويق الاستراتيجي، جامعة طاهري محد بشار، 2014.
- -رحيم حسين، إستراتيجية المؤسسة، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008.
- -بشير العلاق، قحطان العبدلي، سعد غالب ياسين، إستراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر- عمان، 1999.
- --أحمد جمال الدين المرسي وآخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية: منهج تطبيقي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- - محمود جاسم محمد الصميدعي، استراتيجيات التسويق مدخل كمي وتحليلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010.
- *Michael porter, l'avantage concurrentiel, Dunod, paris, 1999.*
- *Yves Chirouze, Le marketing de l'étude de marché au lancement d'un produit nouveau, tome 1, éditions OPU, Alger, 2^{ème} édition, 1990.*
- *-Jean Pierre Védrine , Martin Sylvie, marketing :les concepts clés, Chihab édition, Alger, 1996*
- *-Philip kotler , Bernard Dubois, Marketing Management, Publi Union édition, Paris, France , 10^{ième} édition, 2002.*
- *-Jacques Lendrevie, Denis Lindon, Mercator: Théorie et pratique marketing, Dalloz, Paris, 5^{ième} édition, 1997.*
- *-Jean-Jacque lambin, Chantal de Moerloose, Marketing stratégique et operationnel du Marketing à l'orientation-marché, Dunod ,Paris, 7^{ième} édition, 2008.*