

وصف المادة	
الهدف	تهدف هذه المادة إلى تمكين الطالب من فهم أهمية تحديد حاجات نشاط الأعمال بشكل صحيح والقيام بتحليل شامل للبيئات الداخلية والخارجية للمؤسسة قبل اتخاذ أي قرار، إدراك أهمية تقديم حلول متوافقة مع استراتيجية المؤسسة وتوقعات واحتياجات نشاط الأعمال وكذلك مع المحيط التنافسي، تعلم كيفية التكيف مع المتغيرات البيئية للمؤسسة وصولاً إلى الخيار الاستراتيجي الأمثل الذي يفسر الفهم الدقيق والشامل للفرص والتهديدات الخارجية والإمكانات والضعف الداخلية في المؤسسة.
نوع الوحدة التعليمية	وحدة التعليم الأساسية
محتوى موجز	محتوى المادة: <ul style="list-style-type: none"> - المحور الأول: ماهية التحليل الاستراتيجي والتنافسي - المحور الثاني: أدوات التحليل الاستراتيجي لحافظة الأعمال - المحور الثالث: أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة الصناعية والتنافسية - المحور الرابع: أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة العامة - المحور الخامس: أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة الداخلية والموارد - المحور السادس: توليد البدائل الاستراتيجية والخيار الأمثل - المحور السابع: الميزة التنافسية والاستراتيجيات التنافسية لـ Porter - المحور الثامن: البدائل الاستراتيجية والاستراتيجيات التنافسية في البيئة الحديثة - المحور التاسع: دراسة حالات في التحليل الاستراتيجي والتنافسي
قروض المادة	/
معامل المادة	02
تقييم المشاركة	(05) ن
تقييم الحضور	(05) ن
حساب معدل التقييم المستمر	الحضور + المشاركة + الأعمال العلمية والإضافة + الامتحان (02+01)
الكفاءات المستهدفة	عند الانتهاء من هذه المادة، سيتمكن الطلاب من: <ul style="list-style-type: none"> - فهم القرارات الاستراتيجية التي تتخذها المؤسسات واكتساب القدرة على المشاركة في التحليل الاستراتيجي، - شرح المفاهيم الأساسية والمبادئ والممارسات المتعلقة بالتحليل التنافسي للمؤسسة، - التحكم في أدوات التحليل المتغيرات البيئية التي تؤثر على المؤسسة داخليا وخارجيا، - القدرة على توليد البدائل الاستراتيجية والمفاضلة فيما بينها، - إجراء وتقديم تحليل الميزة التنافسية كذا الاستراتيجيات التنافسية المتاحة.

تقييم اختبارات المعرفة المستمرة							
اختبار المعرفة الأول							
يوم	حصة	مدة	النوع (1)	مستندات مسموحة (نعم، لا)	سلم التقييم	التبديل بعد التقييم (تاريخ الاطلاع على ورقة الامتحان)	معايير التقييم (2)
/	/	[30-15] د	W	نعم	05	/	A
اختبار المعرفة الثاني							
يوم	حصة	مدة	النوع (1)	مستندات مسموحة (نعم، لا)	سلم التقييم	التبديل بعد التقييم (تاريخ الاطلاع على ورقة الامتحان)	معايير التقييم (2)

/	/	د [30-15]	W	نعم	05	/	A
---	---	-----------	---	-----	----	---	---

(1) النوع : W = مكتوب ، IE = عرض فردي ، CE = عرض فئة ، EX = تجرية ، MCQ
(2) معايير التقييم : A = التحليل ، S = التوليف ، AR = الجدول ، D = النهج ، R = النتائج

المعدات والوسائل المستخدمة	
عناوين المنصات	/
اسماء التطبيقات (الويب، الشبكة المحلية)	/
المنسوخات	/
معدات المختبرات	/
وسائل الحماية	/
وسائل الخرجات الميدانية	/

التوقعات	
متوقع من الطلاب (المشاركة - التفاعل)	/
متوقع من الاستاذ	/

فهرس	
الكتب والموارد الرقمية	<ul style="list-style-type: none"> - تشارلز هيل وجاريت جونز، (2001) الادارة الاستراتيجية: مدخل متكامل، (مترجم) دار المريخ، السعودية - طاهر محسن منصور الغالي ووائل محمد صبيحي إدريس، (2006)، الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، عمان. - فاضل حمد القيسي وعلي حسون الطائي، (2014)، الإدارة الاستراتيجية، نظريات، مداخل وأمثلة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان. - فيليب سادلر، (2007)، الإدارة الاستراتيجية، ترجمة علاء أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة. - Cavagnol A. Roulle P. (2013). Management stratégique des organisations. Gualino Editeur. - Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones & Melissa A. Schilling. (2015). Strategic Management, Cengage Learning. - Drummond Graeme. (2001). Strategic marketing: planning and control, Butterworth-Heinemann. - Fred r. David and Forest r. David. (2017). Strategic Management: A Competitive Advantage, Approach, Concepts and Cases, Pearson Education. - G.Johnson, K. Scholes et F. fréry. (2002). Stratégique, Pearson Education, France. - Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regné, P., & Fréry, F. (2014). Stratégique (10e édition). Montreuil: Pearson. - Laurence Lehmann- Ortega et al. (2005). Strategor : Politique générale de l'entreprise, 4ème édition, Edit. Dunod, Paris. - Porter, M. E. (2023). L'avantage concurrentiel: comment devancer ses concurrents et maintenir son avance. Dunod.
مقالات	يترك الخيار للطالب، شريطة احترام معايير الانتقاء الآتية: هيئة النشر، الحدثة، لغة التحرير (العربية، الإنجليزية، الفرنسية)، ...
المنسوخات	/
مواقع الويب	يترك الخيار للطالب، أن تكون مواقع رسمية، أكاديمية

Wet stamp of the department