**توزيع الأعمال الموجهة على الطلبة حسب الأفواج**

**ثالثة : تسويق / مقياس : التسويق الإستراتيجي**

**الأستاذ : د.براهيمي فاروق**

**الفوج +02+03+04+0501**

|  |  |
| --- | --- |
| **الإسم و اللقب** | **الموضوع** |
|  | الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسة ( إستراتيجية الرائد، إستراتيجية التحدي، إستراتييجية التابع..) |
|  | مفهوم الرقابة التسويقية و أبعادها و نظام الرقابة التسويق |
|  | الرقابة الإستراتيجية / أدوات الرقابة / **مراجعة فاعلية التسويق** |
|  | الرقابة الإستراتيجية / أدوات الرقابة / **التدقيق التسويقي** |
|  | الرقابة الإستراتيجية / أدوات الرقابة / **مراجعة جودة الأداء التسويقي** |
|  | الرقابة الإستراتيجية / أدوات الرقابة / **مراجعة المسؤولية الإجتماعية و الأخلاقية للمنظمة** |
|  | الرقابة على الخطة السنوية |
|  | رقابة الكفاءة و الفعالية |
|  | رقابة الربحية |
|  | أساليب التحليل الإستراتيجية / **دورة حياة المنتج والإستراتيجيات ذات الصلة** |
|  | أساليب التحليل الإستراتيجية للمحفظة / **أسلوب جماعة بوسطن الإستشارية** BCG |
|  | أساليب التحليل الإستراتيجية / **مصفوفة السياسة التوجيهية Directional Policy Matrix** |
|  | أساليب التحليل الإستراتيجية / **نظام بورتر للإستراتيجيات الشاملة** |
|  | أساليب إختيار الإستراتيجية / **أسلوب تحليل الفجوة** |
|  | أساليب إختيار الإستراتيجية / **أسلوب تقييم البدائل الإستراتيجية** |
|  | تحديد الأهداف الإستراتيجية و تطويرها |