



مفردات مادة إدارة العلامة التجارية  
العام الجامعي 1433/1434 هـ



<u>عدد الوحدات</u> 3	<u>أستاذ المادة</u> أ. المعتر بالله سيد حسن محمد حسن بريد الكتروني: ABSHASSAN@KAU.EDU.SA الموقع الالكتروني: /HTTP://ABSHASSAN.KAU.EDU.SA	<u>رمز المقرر</u> MRK 423	<u>اسم المقرر</u> إدارة العلامة التجارية <b>BRAND MANAGEMENT</b>
			<u>المتطلبات السابقة</u>
<b>وصف المقرر:</b> يستعرض هذا المقرر أهمية العلامات التجارية وقراراتها. سيتم تزويد الطالب بأهم العوامل الرئيسية في تطوير أو بناء، قياس، إدارة الماركات. إضافة إليه فإن الدورة تقدم المهارات الأساسية في اختيار العلامات التجارية و استنباطها من رؤية و رسالة المنظمة.			
<b>أهداف المقرر:</b> 1. التعرف علي الدور الهام الذي تلعبه العلامة التجارية في ذهن المستهلك. 2. تزويد الطلاب بفهم أعمق للأساليب ، المبادئ ، المصطلحات المتعلقة بالعلامات التجارية. 3. شرح الأثر النفسي للعلامة التجارية على المستهلك. 4. فهم القضايا الاجتماعية ، القانونية ، الأخلاقية المرتبطة بالممارسات الخاطئة للعلامات التجارية. 5. الأساليب و المفاهيم الحديثة لإدارة العلامة التجارية.			



مفردات مادة إدارة العلامة التجارية  
العام الجامعي 1433/1434 هـ




توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

الأسبوع	الموضوع
الأول	الفصل الأول: 1 - تعريف العلامة التجارية و أهدافها و مزاياها
الثاني	الفصل الثاني: 1- التأثير النفسي للعلامة التجارية على المستهلك
الثالث	الفصل الثالث و الرابع: 1- هوية العلامة التجارية 2- العلامة التجارية كمركز للولاء
الرابع	الفصل الخامس و السادس: 1- العلامة التجارية و الميزة التنافسية 2- انتشار أنشطة البيع بالتجزئة و أثرها على العلامة التجارية.
الخامس	الفصل السابع: 1- العلامات التجارية المتعلقة بأنشطة الخدمات.
السادس	الفصل الثامن: 1- تحديد قيمة العلامة التجارية داخل السوق.
السابع	الفصل التاسع: 1- إستراتيجية إدارة العلامة التجارية 2- إستراتيجية العمل و علاقتها بالعلامة التجارية
الثامن	الفصل العاشر: 1- تجزئة السوق كوسيلة لتحقيق ميزة تنافسية
التاسع	الفصل الحادي عشر: 1- اختيار مركز مناسب للعلامة التجارية داخل السوق
العاشر	الفصل الثاني عشر: 1- توسيع نشاط العلامة التجارية
الحادي عشر	الفصل الثالث عشر: 1- الهيكل العام للعلامة التجارية
الثاني عشر	الفصل الرابع عشر: 1- كيفية إدارة العلامة التجارية
الثالث عشر	الفصل الرابع عشر: 1- ربط العلامة التجارية بأفكار إيجابية في ذهن المستهلك
الرابع عشر	الفصل الخامس عشر: 1- الدعاية و علاقتها بالعلامة التجارية. 2- معايير العلامة التجارية الجيدة
الخامس عشر	الاختبار النهائي



مفردات مادة إدارة العلامة التجارية  
العام الجامعي 1433/1434 هـ



	<p><b>الكتاب المقرر:</b> إدارة العلامات التجارية العالمية، 2008 تأليف: بيتر تشيفيرتون الترجمة بإعتماد/ د. خالد العامري <b>متوفر لدي:</b> مكتبة كنوز المعرفة مكتبة المريخ</p>
	<p><b>طريقة التقييم:</b> إختبار نهائي من 100 درجة</p>