



مفردات مادة إدارة العلامات التجارية
العام الجامعي 1435/1434 هـ
برنامج التعليم عن بعد



<u>عدد الوحدات</u> 3	<u>أستاذ المادة</u> د. رانية سعيد أبوبكر بريد الكتروني: RANIA2215@YAHOO.COM الموقع الالكتروني:	<u>رمز المقرر</u> MRK 423	<u>اسم المقرر</u> إدارة العلامات التجارية Brand Management
			<u>المتطلبات السابقة</u>
<p>وصف المقرر: يشرح هذا المقرر أهمية العلامات التجارية وتأثير قرار العلامة على المنتج والشركة. يركز هذا المقرر على العوامل الرئيسية التي تؤثر في إدارة العلامة التجارية وكيفية تطوير وبناء وإدارة تلك العلامات في ظل منافسة الشديدة في الأسواق . يشرح هذا المقرر المهارات الأساسية لإختيار العلامة التجارية ومدى توافقها مع رسالة وأهداف منظمات الأعمال.</p>			
<p>أهداف المقرر: يهدف هذا المساق إلى : أ. التعرف بشكل عام على مدى أهمية العلامة التجارية في ذهن المستهلك. ب. تحليل الأثر النفسي للعلامة التجارية لدى المستهلك. ج. الأساليب والمفاهيم الأساسية للإدارة الحديثة للعلامة التجارية د. تعداد قضايا الإجتماعية, والقانونية, والأخلاقية المرتبطة بالممارسات الخاطئة للعلامات التجارية</p>			



مفردات مادة إدارة العلامات التجارية
العام الجامعي 1435/1434 هـ
برنامج التعليم عن بعد



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

الأسبوع	الموضوع
الأول	تعريف العلامة التجارية وأهدافها ومزاياها
الثاني	التأثير النفسي للعلامة التجارية على المستهلك
الثالث	هوية العلامة التجارية. العلامة التجارية كمركز للولاء
الرابع	العلامة التجارية والميزة التنافسية. البيع بالتجزئة وأثره على العلامة التجارية
الخامس	العلامات التجارية للخدمات
السادس	تحديد قيمة العلامة التجارية في الأسواق
السابع	إستراتيجية إدارة العلامة التجارية إستراتيجية العمل وإرتباطها بالعلامة التجارية
الثامن	تجزئة السوق كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية
التاسع	إختيار مركز مناسب للعلامة التجارية داخل السوق
العاشر	توسيع نشاط العلامة التجارية
الحادي عشر	الهيكل العام للعلامة التجارية كيفية إدارة العلامه التجاريه
الثاني عشر	ربط العلامة التجارية بأفكار إيجابية في ذهن المستهلك الدعاية وعلاقتها بالعلامة التجارية
الثالث عشر	معايير العلامة الجيدة
الرابع عشر	مراجعة عامة
الخامس عشر	الاختبار النهائي



مفردات مادة إدارة العلامات التجارية
العام الجامعي 1435/1434 هـ
برنامج التعليم عن بعد



لكتاب المقرر:

إدارة العلامات التجارية العالمية, 2008, المؤلف بيتر تشيفيرتون

ترجمة: د. خالد العامري

متوفر لدى: مكتبة كنوز المعرفة, ومكتبة المريخ



مفردات مادة إدارة العلامات التجارية
العام الجامعي 1435/1434 هـ
برنامج التعليم عن بعد



طريقة التقييم:

الاختبار النهائي	من خلال نظام إدارة التعلم الإلكتروني والفصول الافتراضية		
	المشاركة في المنتدى الخاص بالمادة (عدد 2)	عدد 4 واجبات خلال الفصل لكل واجب 4 درجات	عدد 2 اختبار فصلي لكل اختبار 5 درجات
70 درجة	4 درجات	16 درجة	10 درجات
100 درجة			نسبة التقييم النهائية

ملحوظة في حال تغيب الطالب بنسبة (25%) - أي ما يعادل (4) محاضرات - من المحاضرات المقدمة من خلال نظام الفصول الافتراضية Centra، يرصد للطالب تقدير محروم (DN) ويمكن احتساب إعادة تشغيل المحاضرة من قبل الطالب حضورًا.