

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	إدارة العلامة التجارية
رمز المقرر:	٦٠٢٣٠٠ - ٣
البرنامج:	التسويق
القسم العلمي:	التسويق
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الطائف

المحتويات

- أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ٣
- ب. هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ٤
١. الوصف العام للمقرر: ٤
٢. الهدف الرئيس للمقرر ٤
٣. مخرجات التعلم للمقرر: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٤
- د. التدريس والتقييم: ٥
١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ٥
٢. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: ٥
- و - مصادر التعلم والمرافق: ٥
١. قائمة مصادر التعلم: ٥
٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة: ٦
- ز. تقويم جودة المقرر: ٦
- ح. اعتماد التوصيف ٦

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة:	
٢. نوع المقرر	
أ. <input type="checkbox"/> متطلبات جامعة <input type="checkbox"/> متطلبات كلية <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> متطلبات قسم	ب. <input type="checkbox"/> إجباري <input checked="" type="checkbox"/> اختياري
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر : السنة الرابعة / المستوى السابع	
٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) مبادئ التسويق ٢٠١-٢٠٢-٣	
٥. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد	

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٣	%١٠٠
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

٧. ساعات التعلم الفعلية للمقرر (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
ساعات الاتصال		
١	محاضرات	٤٥
٢	معمل أو إستوديو	-
٣	دروس إضافية	-
٤	أخرى (تذكر)	-
	الإجمالي	٤٥
ساعات التعلم الأخرى*		
١	ساعات الاستذكار	٤٥
٢	الواجبات	١٥
٣	المكتبة	١٠
٤	إعداد البحوث/ المشاريع	١٠
٥	أخرى (تذكر)	-
	الإجمالي	١٢٥

* هي مقدار الوقت المستثمر في النشاطات التي تسهم في تحقيق مخرجات التعلم للمقرر، ويشمل ذلك: جميع أنشطة التعلم، مثل: ساعات الاستذكار، إعداد المشاريع، والواجبات، والعروض، والوقت الذي يقضيه المتعلم في المكتبة

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

<p>١. الوصف العام للمقرر: يتضمن هذا المقرر أهم المفاهيم للهوية والعلامة التجارية وأهمية العلامات التجارية ودورها في نشاط التسويق وأهم العوامل الرئيسية في بناء وتصميم وقياس وإدارة العلامات التجارية للمنظمة ككل او للمنتجات المختلفة إضافة الي تقديم المهارات الاساسية في اختيار العلامات التجارية واستنباطها من رؤية ورسالة المنظمة.</p>
<p>٢. الهدف الرئيس للمقرر إطلاع الطالب على أهم المفاهيم الخاصة بالهوية والعلامة التجارية ودور العلامة التجارية في التسويق وأهم استراتيجيات بناء وتصميم وإدارة العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة.</p>

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج	مخرجات التعلم للمقرر
	1 المعارف
	1.1
	1.2
	1.3
	1...
	2 المهارات
١م	2.1 أن يصف الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك
٢م	2.2 أن يميز الطالب بين بناء وتصميم العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة
	2.3
	2...
	3 الكفاءات
١ك	3.1 أن يستطيع الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك
٢ك	3.2 أن يستطيع الطالب بناء وتصميم العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة
	3.3
	3...

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	تعريف العلامة التجارية واهدافها ووظائفها	٣
٢	أثر العلامة التجارية على سلوك المستهلك	٣
٣	العلامة التجارية وولاء المستهلك	٣
٤	العلامة التجارية والميزة التنافسية، انتشار أنشطة البيع بالتجزئة وأثرها على العلامة التجارية	٣
٥	العلامات التجارية المتعلقة بأنشطة الخدمات	٣
٦	قياس وتقييم قيمة العلامة التجارية	٣
٧	استراتيجية ادارة العلامة التجارية، استراتيجيات العمل وعلاقتها بالعلامة التجارية	٦
٨	تجزئة السوق كوسيلة لتحقيق ميزة تنافسية	٣
٩	استراتيجيات الصورة الذهني والمكانة النسبة للعلامة التجارية	٦
١٠	توسيع نطاق العلامة التجارية	٣
١١	الهيكل العام للعلامة التجارية، كيفية ادارة العلامة التجارية	٦
١٢	الاتصالات التسويقية وعلاقتها بالعلامة التجارية، معايير العلامة التجارية الجيدة	٣

د. التدريس والتقييم:

١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعارف		
1.1			
1.2			
...			
2.0	المهارات		
2.1	أن يصف الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك	- تمثيل الأدوار - العصف الذهني - المناقشة	- الاختبارات - ورشة العمل - حل مشكلة
2.2	أن يميز الطالب بين بناء وتصميم العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة		
...			
3.0	الكفاءات		
3.1	أن يستطيع الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك	- فرق العمل - تبادل الأدوار - المناقشة	- الملاحظة - تقديم عروض
3.2	أن يستطيع الطالب بناء وتصميم العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة		
...			

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	واجبات وتكليفات ومشاركات	الأسبوع الثالث والسادس والعاشر	٢٠%
٢	اختبار دوري	الأسبوع الثامن	٢٠%
٣	الاختبار النهائي	الأسبوع السادس عشر	٦٠%

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل الخ)

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

- يطبع جدول عضو هيئة التدريس ، ويضع علي باب المكتب وعلي (البلاك بورد) .
- التواصل مع الطلاب في الساعات المكتبية .
- يتم توجيه الطلاب نحو إتمام الخطة الدراسية لهم بشكل صحيح.

و - مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	ادارة العلامات التجارية العالمية، ٢٠٠٨م ، بيتر تشيفيرتون، ترجمة باعتماد/د. خالد العامري متوفر لدى: مكتبة كنوز المعرفة، مكتبة المريخ، جدة.
المراجع المساندة	علي فلاح الزعبي، هشام أحمد خريسات، إدارة العلامات التجارية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨ .

https// app.tu.edu.sa https//www.new-educ.com https//dss.ksu.edu.sa	المصادر الإلكترونية
المكتبة الرقمية السعودية	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة المحاضرات مناسبة لعدد الطلبة .
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	- جهاز كمبيوتر . - جهاز عرض البيانات - شبكة انترنت - سبورة ذكية .
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا يوجد

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
فاعلية التدريس	- أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	- الطلبة - قيادات البرنامج - المراجع النظير	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	- أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج - المجلس الاستشاري	- استطلاعات الرأي - التقارير
مصادر التعلم	- الطلبة - أعضاء هيئة التدريس	استطلاعات الرأي
الخدمات والتجهيزات	- الطلبة - أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي

مجالات التقويم (مثل فاعلية التدريس، فاعلة طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر، مصادر التعلم ... إلخ)
المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)
طرق التقويم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

مجلس قسم التسويق	جهة الاعتماد
٨	رقم الجلسة
الاربعاء ١٤٤٠/٧/٦ هـ	تاريخ الجلسة