هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	مقرر إدارة العلامة التجارية
رمز المقرر:	**٣ ـ ٦٠٢٣٠٠**
البرنامج:	**بكالوريوس في التسويق**
القسم العلمي:	**قسم التسويق**
الكلية:	**كلية إدارة الأعمال**
المؤسسة:	**جامعة الطائف**

المحتويات

أ. التعريف بالمقرر الدراسي: ٣

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: ٣

١. الوصف العام للمقرر: ٣

٢. الهدف الرئيس للمقرر ٣

٣. مخرجات التعلم للمقرر: ٣

ج. موضوعات المقرر ٤

د. التدريس والتقييم: ٤

١. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم ٤

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: ٥

ز. تقويم جودة المقرر: ٦

ح. اعتماد التوصيف ٦

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة:

٢. نوع المقرر

أ. متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☐ متطلب قسم ☑ أخرى ☐

ب. إجباري ☐ اختياري ☑

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر
المستوى الحادي عشر

٤. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)
مبادئ التسويق ٣٠٦٠٢٢٠١-٣

٥. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

٦. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية	٤	١٠٠%
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

٧. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
١	محاضرات	٤٠
٢	معمل أو إستوديو	
٣	دروس إضافية	
٤	أخرى (تذكر)	
	الإجمالي	٤٠

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

١. الوصف العام للمقرر:
يتضمن هذا المقرر أهم المفاهيم للهوية و العلامة التجارية وأهمية العلامة التجارية و دورها في نشاط التسويق وأهم العوامل الرئيسية في بناء وتصميم وقياس وإدارة العلامات التجارية للمنظمة ككل او للمنتجات المختلفة إضافة الى تقديم المهارات الأساسية في اختيار العلامات التجارية واستنباطها من رؤية ورسالة المنظمة.

٢. الهدف الرئيس للمقرر
إطلاع الطالب على أهم المفاهيم الخاصة بالهوية و العلامة التجارية و دور العلامة التجارية في التسويق وأهم استراتيجيات بناء و تصميم وإدارة العلامة التجارية للمنظمة ككل و للمنتجات المختلفة.

٣. مخرجات التعلم للمقرر:

	مخرجات التعلم للمقرر	رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج
1	**المعرفة والفهم**	
1.1		
1.2		

	مخرجات التعلم للمقرر	رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج
1.3		
1...		
2	**المهارات**	
2.1	أن يصف الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك	
2.2	أن يميز الطالب بين بناء وتصميم العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة	
2.3		
2...		
3	**القيم**	
3.1	أن يستطيع الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك	
3.2	أن يستطيع الطالب بناء وتصميم العلامة التجارية للمنظمة ككل و للمنتجات المختلفة	
3.3		
3...		

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
١	تعريف العلامة التجارية وأهدافها ووظائفها	٤
٢	أثر العلامة التجارية على سلوك المستهلك	٤
٣	العلامة التجارية وولاء المستهلك	٢
٤	العلامة التجارية والميزة التنافسية، انتشار أنشطة البيع بالتجزئة وأثرها على العلامة التجارية	٤
٥	العلامات التجارية المتعلقة بأنشطة الخدمات	٢
٦	قياس وتقييم قيمة العلامة التجارية	٢
٧	استراتيجية إدارة العلامة التجارية، استراتيجية العمل و علاقتها بالعلامة التجارية	٤
٨	تجزئة السوق كوسيلة لتحقيق ميزة تنافسية	٤
٩	استراتيجيات الصورة الذهنية والمكانة بالنسبة للعلامة التجارية	٤
١٠	توسيع نطاق العلامة التجارية	٢
١١	الهيكل العام للعلامة التجارية، كيفية إدارة العلامة التجارية	٤
١٢	الاتصالات التسويقية وعلاقتها بالعلامة التجارية، معايير العلامة التجارية الجيدة	٤
	المجموع	٤٠

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	**المعرفة والفهم**		
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	**القيم**		
3.1	أن يستطيع الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك	- فريق العمل - تبادل الأدوار	- الملاحظة - تقديم العروض

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	أن يستطيع الطالب بناء وتصميم العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة	-المناقشة	
...			

٢. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	واجبات وتكليفات ومشاركات	١-١٠	٢٠%
٢	اختبار دوري	٤-٥	٢٠%
٣	الاختبار النهائي	١٢	٦٠%
٤			
٥			
٦			
٧			
٨			

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

-يطبع جدول عضو هيئة التدريس ويضع على باب المكتب وعلى (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	إدارة العلامات التجارية، 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.
المصادر الإلكترونية	https// app.tu.edu.sa https//www.new-educ.com https//dss.ksu.edu.sa
أخرى	المكتبة الرقمية السعودية

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 التقييم
فاعلية التدريس	-أعضاء هيئة التدريس -قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	-الطلبة -أعضاء هيئة التدريس -قيادات البرنامج	استطلاعات الرأي
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	-أعضاء هيئة التدريس -قيادات البرنامج -المجلس الاستشاري	-استطلاعات الرأي
مصادر التعلم	-الطلبة -أعضاء هيئة التدريس	استطلاعات الرأي
الخدمات	-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 التقييم (مباشر وغير مباشر)

ح. اعتماد التوصيف

جهة الاعتماد	مجلس قسم التسويق
رقم الجلسة	٤
تاريخ الجلسة	٢٠٢١/١١/٢٢