

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: إدارة المنتج والعلامة التجارية
رمز المقرر: 261 تسق-3
البرنامج: التسويق التطبيقي
القسم العلمي: العلوم الادارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: TP-153-2024
تاريخ آخر مراجعة: 1445 / 1 / 12 هـ



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 4
- ج. موضوعات المقرر 5
- د. أنشطة تقييم الطلبة 6
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6
- و. تقويم جودة المقرر: 7
- ز. اعتماد التوصيف: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (.....3ساعات.....)

3 ساعات

2. نوع المقرر

أ	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (..... السنة الثانية/ المستوى الخامس..)

4. الوصف العام للمقرر

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم إدارة المنتجات السلعية والخدمية والعلامة التجارية والتعرف على تصنيف المنتجات وعمليات تطوير المنتجات الجديدة واستراتيجيات العلامة التجارية ومراحل دورة حياة المنتج. بالإضافة لتدريب تطبيقي في قياس وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية ومدى الارتباط بالصورة الذهنية المدركة للعلامة التجارية.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

مقدمة في التسويق 161 تسق-3

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

- فهم كيفية تصنيف المنتجات والخدمات
- إظهار فهم واضح لمصطلحات ومفاهيم وممارسات إدارة المنتج والعلامة التجارية
- شرح خطوات تطوير المنتجات الجديدة.
- مناقشة استراتيجيات العلامة التجارية والقرارات المتعلقة بكيفية بناء العلامة التجارية.
- التعرف على مراحل دورة حياة المنتج وكيفية تغير الاستراتيجيات التسويقية خلال دورة حياة المنتج

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	30	67%
4	التعليم عن بعد		
5	تطبيقي	15	33%
	المجموع	45	100%

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30 = 15×2	67%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى (تطبيقي)	15 = 15×1	33%
	الإجمالي	45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	ان يشرح الطالب ماهية المنتجات وقيمة العلامة التجارية	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يصف الطالب دورة حياة المنتج	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
...				
2.0	المهارات			
2.1	يشرح الطالب خطوات تطوير المنتجات الجديدة	M	المحاضرة المناقشة الحوار والتكليفات والواجبات أسلوب حل الواجبات	مقياس سلالم التقدير
2.2	يناقش الطالب استراتيجيات العلامة التجارية	M		كتابة التقارير
...				التقييم بالمشايع العلمية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتصرف بمسؤولية تجاه المواقف	P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	أن يشارك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية	P	التعليم التعاوني	بطاقة الملاحظة
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في إدارة المنتجات	2
2	المنتجات	3
3	قرارات المنتج والخدمة	2
4	مدخل في تخطيط وتطوير المنتجات	2
5	تصميم وتطوير المنتج	4
6	مراحل تطوير المنتجات الجديدة	2
7	مراحل دورة حياة المنتج	4
8	قيمة العلامة التجارية	2
9	الوعي بالعلامة التجارية	2
10	تطوير هوية العلامة التجارية	2
11	الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية	2
12	استراتيجيات تجديد المنتجات والعلامة التجارية	3
	المجموع	30
13	تدريب عملي للتعرف على مدى تعرف الطالب على مفهوم المنتجات	2
14	حلقة نقاش حول دورة حياة المنتجات واختيار الاستراتيجيات المناسبة	1
15	دراسة حالة عن تخطيط المنتجات	1
16	عروض تقديمية عن المقارنة بين المنتجات السليمة والخدمية	2
17	جلسة عصف ذهني حول اقتراح منتجات جديدة تتصف بالابتكار	1
18	حلقة نقاش عن استراتيجيات العلامة التجارية	1
19	عرض تجارب عن مستوى الوعي بالعلامة التجارية	1
20	تدريب تطبيقي عن تجديد المنتجات والعلامة التجارية	2
21	تدريب مراحل دورة حياة المنتج	1
	المجموع	15
	المجموع	45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تقييم تطبيقي	الثاني	5%
2	تقييم تطبيقي	الرابع	5%
3	الاختبار الفصلي	الثامن	30%
4	تقييم تطبيقي	التاسع	10%
5	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	50%
	المجموع		100%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة المنتج والعلامة التجارية، د.محمد خضر، منشورات الجامعة السورية الافتراضية 2020م	المراجع الرئيس للمقرر
إدارة المنتج ل استيفن مورس دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2022م	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة أل CD أو الفيديو أو غيرها)	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية أخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) مع سبورة ذكية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	معمل لأتمتة الاعمال (Business Lab) مجهز بأجهزة حاسب ومربوط بشبكة الانترنت
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	توصيلات كهربائية للاستخدام عند الضرورة

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	الاستبانات
فاعلية طرق تقييم الطلاب	اعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظير	الملاحظة المباشرة/ مراجعة النظير/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل
مصادر التعلم	اعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة التخطيط والمناهج/ الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس	راي الخبراء/ الاستبانات/ ورش العمل
أخرى	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	الاستبانات/ بطاقة الملاحظة

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	00007 - 0099 - 14430903
تاريخ الجلسة	12:30 04 / 04 / 2022 م

