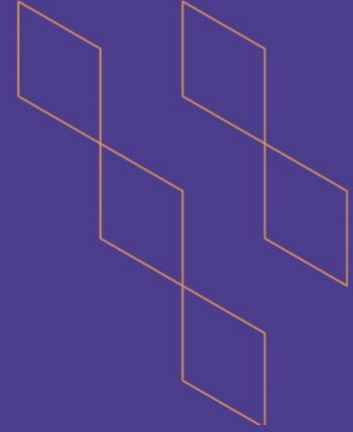




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: إدارة العلامة التجارية
رمز المقرر: 201 تسق -3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية
الكلية: إدارة الأعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 23 - 8 - 1445 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: 5.....
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6.....
- و. تقويم جودة المقرر: 6.....
- ز. اعتماد التوصيف: 7.....



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (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: (المستوى السادس)

4. 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 أو للمنتجات المختلفة إضافة إلى تقديم المهارات الأساسية في اختيار العلامات التجارية واستنباطها من رؤية ورسالة المنظمة.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

101 تسق-3

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

تمكين الطالب من إطلاع الطالب على أهم المفاهيم الخاصة بالهوية والعلامة التجارية ودور العلامة التجارية في التسويق وأهم إستراتيجيات بناء وتصميم وإدارة العلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	45 ساعة	100%
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج		
	<ul style="list-style-type: none"> التعليم التقليدي التعليم الإلكتروني 		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45 ساعة	%100
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
الإجمالي		45 ساعة	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0 المعرفة والفهم				
1.1	يعرف الطالب أهم المفاهيم للهوية والعلامة التجارية	1ع	المحاضرات - العصف الذهني والمناقشة والحوار -التعلم الذاتي - عروض تقديمية	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يحدد الطالب العلامات التجارية ودورها في نشاط التسويق وأهم العوامل الرئيسية في بناء وتصميم وقياس وإدارة العلامات التجارية	2ع	المحاضرات- التعلم الذاتي- العصف الذهني - الحوار والمناقشة - عروض تقديمية - اسلوب حل المشكلات	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0 المهارات				
2.1	يحلل الطالب تحليل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك	2م	المحاضرات- التعلم الذاتي- التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يقترح الطالب تصميمات للعلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة	3م	المحاضرات- التعلم الذاتي- التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية
3.0 القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	1ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	يظهر الطالب القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية سواء كان ذلك بشكل فردي او ضمن فريق.	2ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.3	يلتزم الطالب بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الاخرين.	3ق	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	تعريف العلامة التجارية وأهدافها ووظائفها	3
2	أثر العلامة التجارية على سلوك المستهلك	3
3	العلامة التجارية وولاء المستهلك.	3
4	العلامة التجارية والميزة التنافسية، إنتشار أنشطة البيع بالتجزئة وأثرها على العلامة التجارية.	6
5	العلامات التجارية المتعلقة بأنشطة الخدمات	3
6	قياس وتقييم قيمة العلامة التجارية.	3
7	إستراتيجية إدارة العلامة التجارية إستراتيجية العمل وعلاقتها بالعلامة التجارية	6
8	تجزئة السوق كوسيلة لتحقيق ميزة تنافسية	3
9	إستراتيجيات الصورة الذهني والمكانة النسبة للعلامة التجارية.	3
10	توسيع نطاق العلامة التجارية	3
11	الهيكل العام للعلامة التجارية : كيفية إدارة العلامة التجارية	3
12	الإتصالات التسويقية وعلاقتها بالعلامة التجارية، معايير العلامة التجارية الجيد	6
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي	الاسبوع الثامن	30%
2	الواجبات , الأبحاث , عروض تقديمية	طوال الفصل	20%
3	اختبار تحريري نهائي	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	50%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة العلامات التجارية العالمية ، ٢٠٠٨م، بيتر تشيفيرتون، ترجمة باعتماد د.خالد العامري متوفر لدى :مكتبة كنوز المعرفة ، مكتبة المريخ جدة .	المرجع الرئيس للمقرر
على فلاح الزعبي ، هشام أحمد خريسات، إدارة العلامات التجارية، دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٨.	المراجع المساندة
1- رابط المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
لا توجد	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالب	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
طابعة وسبورة مع اقلام وماسحة سبورة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقويم
مباشر: الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانات الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة.	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية التدريس
مباشر: الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل إتساق أسئلة الاختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الاختبارية).	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر: عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل.	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	عضو هيئة تدريس نظير	أخرى

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

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).



ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الإلكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

