هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission

اعتماد
NCAA
T4
2020

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر:	إدارة العلامة التجارية
رمز المقرر:	
البرنامج:	الدبلوم المتوسط في التسويق والمبيعات – عن بعد (5)
القسم العلمي:	الإدارة
الكلية:	إدارة الأعمال
المؤسسة:	جامعة الملك فيصل

المحتويات

أ. التعريف بالمقرر الدراسي: 3

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية: 3

1. الوصف العام للمقرر: 3
2. الهدف الرئيس للمقرر 3
3. مخرجات التعلم للمقرر: 4

ج. موضوعات المقرر 4

د. التدريس والتقييم: 4

1. ربط مخرجات التعلم للمقرر مع كل من استراتيجيات التدريس وطرق التقييم 4
2. أنشطة تقييم الطلبة 5

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي: 5

و – مصادر التعلم والمرافق: 5

1. قائمة مصادر التعلم: 5
2. المرافق والتجهيزات المطلوبة: 6

ز. تقويم جودة المقرر: 6

ح. اعتماد التوصيف 6

أ. التعريف بالمقرر الدراسي:

1. الساعات المعتمدة: 3
2. نوع المقرر أ. متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☐ متطلب قسم ■ أخرى ☐ ب. إجباري ■ اختياري ☐
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر **السنة الثانية – المستوى الثالث**
4. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) **إدارة التسويق**
5. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) **لا توجد**

6. نمط الدراسة (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط الدراسة	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	المحاضرات التقليدية		
2	التعليم المدمج		
3	التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد		
5	أخرى		

7. ساعات الاتصال (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم
1	محاضرات مباشرة (متزامنة)	12
2	معمل أو إستوديو	
3	دروس إضافية	
4	أخرى (تذكر) (محاضرات مسجلة)	33
	الإجمالي	45

ب- هدف المقرر ومخرجاته التعليمية:

1. الوصف العام للمقرر:

يبحث هذا المقرر مفهوم العلامة التجارية وقيمتها وعلاقتها بالمنتج والذي هو أحد مكونات المزيج التسويقي مع تقديم معالجة شاملة ومعاصرة لموضوعات المقرر وهي: العلامات التجارية، وقيمة العلامة التجارية، والإدارة الاستراتيجية للعلامة التجارية، تصميم وتنفيذ البرامج والأنشطة التسويقية لبناء وقياس وإدارة العلامة التجارية. وتحديد مصادر بناء قيمة إيجابية للعلامة التجارية بدءا بالوعي بالعلامة التجارية الى الارتباطات الذهنية بالعلامة التجارية والجودة المدركة للعلامة التجارية والولاء للعلامة التجارية، فهم القضايا الاجتماعية، القانونية، الأخلاقية المرتبطة بالممارسات الخاطئة للعلامات التجارية. مع دراسة حلات عملية لعلامات عالمية مرموقة.

2. الهدف الرئيس للمقرر

تزويد الطلاب بالمفاهيم والتقنيات المتعلقة ببناء وتنفيذ استراتيجيات العلامة التجارية.

3. مخرجات التعلم للمقرر:

	مخرجات التعلم للمقرر	رمز مخرج التعلم المرتبط للبرنامج
1	**المعرفة والفهم**	
1.1	شرح التطورات والتحولات في مجال المعرفة والنظريات ذات الصلة بالعلامة التجارية.	ع1
1.2	توضيح اهمية وضرورة إدارة العلامات التجارية.	ع2
1.3	وصف للمفاهيم ذات الصلة بالمجال المعرفي للعلامات التجارية.	ع2-ع3
2	**المهارات**	
2.1	تطبيق المهارات والاستراتيجيات والممارسات الحديثة في مجال إدارة العلامة التجارية.	م1
2.2	تصميم التقنيات والبرامج التسويقية لتعزيز قيمة العلامة التجارية.	م2
2.3	تحليل نتائج أداء استراتيجيات العلامات التجارية.	م3
3	**القيم**	
3.1	التواصل الفعال الشفوي والكتابي	ق1
3.2	التعلم الذاتي والتعاوني	ق1-ق2

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	**تمهيد**	3
2	**مفهوم العلامة التجارية واهدافها ومزاياها**	3
3	**ماهية قيمة العلامة التجارية وعناصرها**	3
4	**أنواع الارتباطات الذهنية للعلامة**	3
5	**الولاء للعلامة التجارية، والتأثير النفسي للعلامة التجارية على المستهلك**	3
6	**الجودة المدركة للعلامة التجارية**	3
7	**اختيار عناصر العلامة التجارية**	3
8	**تصميم برامج تسويقية لتعزيز قيمة العلامة التجارية**	3
9	**تطوير اتصالات تسويقية متكاملة تعزز من قيمة العلامة التجارية**	3
10	**قياس مصادر وقيمة العلامة التجارية**	3
11	**معايير العلامة التجارية الجيدة**	3
12	**استراتيجيات تجديد والغاء العلامات التجارية**	3
13	**تطبيقات عملية وحالات دراسية (1)**	3
14	**تطبيقات عملية وحالات دراسية (2)**	3
	المجموع	45

د. التدريس والتقييم:

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

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	**المعرفة والفهم**		
1.1	شرح التطورات والتحولات في مجال المعرفة والنظريات ذات الصلة بالعلامة التجارية.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
1.2	توضيح اهمية وضرورة إدارة العلامات التجارية.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات

الرمز	مخرجات التعلم	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.3	وصف للمفاهيم ذات الصلة بالمجال المعرفي للعلامات التجارية.		اختبارات وواجبات
2.0	**المهارات**		
2.1	تطبيق المهارات والاستراتيجيات والممارسات الحديثة في مجال إدارة العلامة التجارية.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
2.2	تصميم التقنيات والبرامج التسويقية لتعزيز قيمة العلامة التجارية.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة حالات عملية	اختبارات وواجبات
3.3	تحليل نتائج أداء استراتيجيات العلامات التجارية.	محاضرات متزامنة وغير متزامنة	اختبارات وواجبات
3.0	**القيم**		
3.1	التواصل الفعال الشفوي والكتابي	محاضرات متزامنة وغير متزامنة مناقشات وتعلم ذاتي	اختبارات وواجبات مشاركات
3.2	التعلم الذاتي والتعاوني	محاضرات متزامنة وغير متزامنة مناقشات وتعلم ذاتي	اختبارات وواجبات مشاركات

2. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	واجبات	على مدار الفصل الدراسي	% 10
2	مشاركة في منتديات الحوار	على مدار الفصل الدراسي	% 10
3	حضور المحاضرات المباشرة والمسجلة	على مدار الفصل الدراسي	% 10
	اختبار نهائي	نهاية الفصل الدراسي	% 70

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

هـ - أنشطة الإرشاد الأكاديمي والدعم الطلابي:

-ثلاث ساعات مكتبية (أون لاين) أسبوعيا
-خدمات مقدمة من المرشد الأكاديمي ومكتب الارشاد الأكاديمي.

و – مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة مصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	معراج هواري (2013) العلامة التجارية : الماهية و الأهمية،
المراجع المساندة	بيتر تشيفيرتون، ترجمة باعتماد/د. خالد العامري (2008) ادارة العلامات التجارية العالمية، متوفر لدى: مكتبة كنوز المعرفة، مكتبة المريخ.
المصادر الإلكترونية	مواقع على الانترنت ذات العلاقة بمفاهيم العلامة التجارية
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	▪ منصـــة التعلم الالكتروني (بلاك بورد) وكافة الخدمات الإلكترونية التعليمية المقدمة من قبل عمادة التعلم الالكتروني والتعلم عن بعد. ▪ قاعات بث ▪ قاعات للاختبارات النهائية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	خدمات الكترونية مقدمة عمادة التعلم الالكتروني والتعلم عن بعد مثل: ▪ نظام لإدارة التعلم الإلكتروني (البلاك بورد) ▪ كمبيوتر مكتبي أو محمول ▪ سبورة ذكية (عند الحاجة) ▪ تطبيقات الكترونية (عند الحاجة)
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا يوجد

ز. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)
فاعلية طرق تقييم الطلاب	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)
فاعلية طرق تقييم الطلاب	المراجع النظير	مباشر
مصادر التعلم	الطلاب	غير مباشر (استبانة تقييم المقرر)
مصادر التعلم	عضو هيئة التدريس	غير مباشر (تقرير المقرر)
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	عضو هيئة التدريس	مباشر (اعمال الطلاب في الاختبارات، مشاريع، تقارير، واجبات)

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 الجامعة
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	