

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب  
Education & Training Evaluation Commission



## توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

|   |
|---|
| اسم المقرر: إدارة المنتج و العلامة التجارية |
| رمز المقرر: APAM2510T                       |
| البرنامج: دبلوم التسويق التطبيقي            |
| القسم العلمي: دبلومات                       |
| الكلية: الكلية التطبيقية                    |
| المؤسسة: جامعة أم القرى                     |
| نسخة التوصيف: الثانية                       |
| تاريخ آخر مراجعة: 2025-1-8                  |



### 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: ( ثلاث 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 الثالث )

### 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. حيث يقدم هذا المقرر العلامات التجارية كأساس لمختلف أنشطة الاتصالات التسويقية، مع التركيز بشكل رئيسي على كيفية تطوير صورة وهوية العلامة التجارية المتماسكة التي يمكن أن توفر ميزة تنافسية فريدة للمصنعين ومقدمي الخدمات.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

APAM1501T مبادئ التسويق

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

### 7. الهدف الرئيس للمقرر

- يتيح المقرر للطلاب فهم الخصائص الرئيسية للعلامة التجارية، والتأثيرات الديناميكية لاستجابة المستهلكين للعلامات التجارية واتصالات العلامة التجارية
- يمنح الطلاب المعرفة في عدد من الأطر النظرية لتحليل العلامات التجارية وبنائها وإدارتها وقياسها لضمان تفوق الشركات واستدامتها في الأرباح.

## 2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

| م | نمط التعليم  | عدد الساعات التدريسية | النسبة |
|---|--|-----------------------|--------|
| 1 | تعليم تقليدي   | 3                     | 100%   |
| 2 | التعليم الإلكتروني   |                       |        |
| 3 | التعليم المدمج<br>• التعليم التقليدي<br>• التعليم الإلكتروني |                       |        |
| 4 | التعليم عن بعد   |                       |        |

## 3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

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

## ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

| الرمز | نواتج التعلم   | رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج | استراتيجيات التدريس                               | طرق التقييم   |
|-------|--|------------------------------------|---|---|
| 1.0   | المعرفة والفهم   |                                    |   |   |
| 1.1   | يعرف أهم المفاهيم للهوية والعلامة التجارية   | ع1                                 | المحاضرات النظرية<br>أمثلة توضيحية<br>حلقة النقاش | -الاختبارات الفصلية<br>والنهائية<br>-أسئلة حوارية من خلال المناقشات الشفهية |
| 1.2   | يصف العلامات التجارية ودورها في نشاط التسويق وأهم العوامل في بناء وتصميم وقياس وإدارة العلامات التجارية. | ع2                                 | المحاضرات النظرية<br>أمثلة توضيحية<br>حلقة النقاش | -الاختبارات الفصلية<br>والنهائية<br>-أسئلة حوارية من خلال المناقشات الشفهية |

| الرمز | نواتج التعلم   | رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج | استراتيجيات التدريس                        | طرق التقييم   |
|-------|--|------------------------------------|--|---|
| ...   |  |                                    |  |   |
| 2.0   | المهارات   |                                    |  |   |
| 2.1   | يحلل تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك                  | م 2                                | المحاضرات<br>العصف الذهني<br>حل المشكلات   | - الاختبارات الفصلية والنهائية<br>- أسئلة حوارية من خلال المناقشات الشفهية                              |
| 2.2   | ينفذ تصميمات للعلامة التجارية للمنظمة ككل وللمنتجات المختلفة   | م 1، م 3                           | المحاضرات<br>العصف الذهني                  | - الاختبارات الفصلية والنهائية<br>- أسئلة حوارية من خلال المناقشات الشفهية<br>- مراجعة ومناقشة الواجبات |
| 3.0   | القيم والاستقلالية والمسؤولية                                  |                                    |  |   |
| 3.1   | يلتزم بالقيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين | ق 1                                | التعلم الذاتي<br>التعلم التعاوني           | تقييم الواجبات والمناقشات   |
| 3.2   | إظهار القدرة على المبادرة والابتكار لحل المشكلات التسويقية     | ق 3                                | تكاليف<br>التعلم الذاتي<br>التعلم التعاوني | تقييم العروض التقديمية وأسئلة النقاش  |

### ج. موضوعات المقرر

| م | قائمة الموضوعات                   | الساعات التدريسية المتوقعة |
|---|-----------------------------------|----------------------------|
| 1 | ماهية المنتجات وتصنيفها           | 3                          |
| 2 | قرارات المنتجات                   | 3                          |
| 3 | تقييم وتطوير محفظة منتجات المنظمة | 3                          |
| 4 | تطوير المنتجات الجديدة            | 3                          |
| 5 | دورة حياة المنتج ونشر الابتكارات  | 6                          |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 6       | اختيار عناصر العلامة التجارية                        | 3  |
| 7       | قيمة العلامة التجارية                                | 3  |
| 8       | الوعي بالعلامة التجارية                              | 6  |
| 9       | الارتباطات والصورة الذهنية للعلامة التجارية          | 3  |
| 10      | الجودة المدركة للمنتجات                              | 3  |
| 11      | الولاء للعلامة التجارية                              | 3  |
| 12      | استراتيجيات تحديد وإلغاء المنتجات والعلامات التجارية | 6  |
| المجموع |  | 45 |

#### د. أنشطة تقييم الطلبة

| م | أنشطة التقييم        | توقيت التقييم<br>(بالأسبوع) | النسبة<br>من إجمالي درجة التقييم |
|---|----------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| 1 | المشاركة             | كل أسبوع                    | 10%                              |
| 2 | واجبات منزلية        | 10-3                        | 20%                              |
| 3 | اختبار تحريري نصفي   | 8                           | 20%                              |
| 4 | تقارير وعروض تقديمية | 12-11                       | 10%                              |
| 5 | اختبار نهائي         | 16                          | 40%                              |

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

#### هـ. مصادر التعلم والمرافق:

##### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

|  |                      |
|--|----------------------|
| اداره المنتج والعلامة التجارية د. محمد خضر الجامعة السورية 2020  | المرجع الرئيس للمقرر |
| هشام أحمد خريسات – علي فلاح الزعبي ، إدارة العلامات التجارية : مدخل معاصر ، دار الكتاب الجامعي ، 2018 م<br>إدارة العلامات التجارية العالمية ، 2008 م ، بيتر تشيفيرتون ، ترجمة : خالد العامري<br>متوفر لدى: مكتبة كنوز المعرفة ، مكتبة المريخ جدة | المراجع المساندة     |
| دوريات علمية في مجال إدارة العلامة التجارية<br>رابط المكتبة السعودية الرقمية<br><a href="http://sdl.edu.sa/SDLPortal/ar/Publishers.aspx">sdl.edu.sa/SDLPortal/ar/Publishers.aspx</a>   | المصادر الإلكترونية  |
| ميكروسوفت أوفيس كأدوات مساعدة لعرض المادة العلمية - البلاك بورد  | أخرى                 |

##### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

| العناصر   | متطلبات المقرر  |
|---|---|
| المرافق النوعية<br>(القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ) | قاعات دراسية تتسع لحوالي 45 طالب  |
| التجهيزات التقنية<br>(جهاز عرض البيانات، السيورة الذكية، البرمجيات)                   | أجهزة عرض و شبكة إنترنت و برمجيات مايكروسوفت<br>أوفيس ونظام البلاك بورد |
| تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)  |   |

#### و. تقويم جودة المقرر:

| مجالات التقويم                 | المقيمون   | طرق التقويم  |
|--------------------------------|--|--|
| فاعلية التدريس                 | أعضاء هيئة التدريس – الطلاب                      | استطلاعات الرأي  |
| فاعلية طرق تقييم الطلاب        | أعضاء هيئة التدريس – منسق المقرر – مشرف البرنامج | تصحيح عينة بواسطة عضو آخر<br>من برنامج مماثل- نماذج من<br>تقييم الطلاب و أعمالهم |
| مصادر التعلم                   | أعضاء هيئة التدريس - الطلاب                      | استطلاعات الرأي  |
| مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر | منسق المقرر – مشرف البرنامج                      | نتائج الطلاب في الاختبارات<br>الدورية والنهائية                                  |
| أخرى                           |  |  |

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

#### ز. اعتماد التوصيف:

|              |                     |
|--------------|---------------------|
| جهة الاعتماد | مجلس جامعة أم القرى |
| رقم الجلسة   | 851141114462/190356 |
| تاريخ الجلسة | 1446/11/22          |



**الكلية التطبيقية**  
The Applied College