

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

وثيقة تعريف مقرر ادارة العلامة التجارية برنامج الإعلام والاتصال

١- معلومات أساسية:

اسم المقرر	إدارة العلامة التجارية
رمز المقرر	BM764
ساعات الجلسات المسجلة	14
ساعات الجلسات المتزامنة	14
ساعات المذاكرة	لا يوجد
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	14
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	14
عدد الساعات المعتمدة	28

٢- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

المقرر	الرمز
لا يوجد	

٣- الهدف من المقرر:

يهدف المقرر الى توضيح مفهوم العلامة التجارية وقيمتها وتحديد مصادر بناء قيمة إيجابية للعلامة التجارية بدءا بالوعي بالعلامة التجارية الى الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية والجودة المدركة للعلامة التجارية والولاء للعلامة التجارية، كما يهدف الى تحديد طرق اختيار عناصر العلامة التجارية وبناء هويتها بالإضافة الى استراتيجيات تعزيز العلامة التجارية.

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

٤- المحصّلات التعليميّة المرجوّة (ILO – Intended Learning Objectives / Outcomes):

بعد الاستكمال الناجح لهذا المقرر، سيصبح الطالب قادر على فعل ما يلي:

الرمز	المحصّلات التعليميّة المرجوّة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	فهم مفهوم العلامة التجارية
ILO2	معرفة ماهية قيمة العلامة التجارية وعناصرها
ILO3	معرفة خطوات بناء علامة تجارية قوية
ILO4	معرفة أنواع الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية
ILO5	التعرف على أهم نظريات الولاء للعلامة التجارية
ILO6	التعرف على الجودة المدركة للعلامة التجارية
ILO7	فهم طرق اختيار عناصر العلامة التجارية
ILO8	فهم كيفية تصميم برامج تسويقية لتعزيز قيمة العلامة التجارية
ILO9	فهم آلية تطوير اتصالات تسويقية متكاملة تعزز من قيمة العلامة التجارية
ILO10	معرفة قياس مصادر وقيمة العلامة التجارية
ILO11	التعرف على استراتيجيات تعزيز قيمة العلامة التجارية
ILO12	معرفة استراتيجيات تجديد وإلغاء العلامات التجارية

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

٥- محتوى المقرر: (٢٨ ساعة مجموع الساعات المسجلة، 28 ساعة مجموع الساعات المتزامنة)

المحصولات التعليمية	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	القسم الأول: مفهوم العلامة التجارية			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معا
ILO2	الفصل الثاني: ماهية قيمة العلامة التجارية وعناصرها			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معا
ILO3	الفصل الثالث: خطوات بناء علامة تجارية قوية			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معا
ILO4	الفصل الرابع: أنواع الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معا

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل الخامس: الولاء للعلامة التجارية	ILO5
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل السادس: الجودة المدركة للعلامة التجارية	ILO6
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل السابع: اختيار عناصر العلامة التجارية	ILO7
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل الثامن: تصميم برامج تسويقية لتعزيز قيمة العلامة التجارية	ILO8
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل التاسع: تطوير اتصالات تسويقية متكاملة تعزز من قيمة العلامة التجارية	ILO9
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل العاشر: معرفة قياس مصادر وقيمة العلامة	ILO10

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	<input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			التجارية	
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل الحادي عشر: استراتيجيات تعزيز قيمة العلامة التجارية	ILO11
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معا	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى			الفصل الثاني عشر: استراتيجيات تجديد وإلغاء العلامات التجارية	ILO12

٦- معايير التقويم:

نمط التقويم					النتائج التعليمية	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
X		X	X	X		مفهوم العلامة التجارية	ILO1
X		X	X	X		ماهية قيمة العلامة التجارية وعناصرها	ILO2
X		X	X	X		خطوات بناء علامة تجارية قوية	ILO3
X		X	X	X		أنواع الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية	ILO4
X		X	X	X		الولاء للعلامة التجارية	ILO5
X		X	X	X		الجودة المدركة للعلامة التجارية	ILO6

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

X		X	X	X		اختيار عناصر العلامة التجارية	ILO7
X		X	X	X		تصميم برامج تسويقية لتعزيز قيمة العلامة التجارية	ILO8
X		X	X	X		تطوير اتصالات تسويقية متكاملة تعزز من قيمة العلامة التجارية	ILO9
X		X	X	X		معرفة قياس مصادر وقيمة العلامة التجارية	IL10
X		X	X	X		استراتيجيات تعزيز قيمة العلامة التجارية	ILO11
X		X	X	X		استراتيجيات تجديد وإلغاء العلامات التجارية	ILO12

٧- أدوات ومختبرات القسم العملي:

إسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	

٨- المراجع الأساسية:

Aaker, D. A.(1991) **Managing brand equity: capitalizing on the value of a brand name**. New York: The Free Press.

Aaker, D. A. (1996) **building strong brands**. New York :The Free Press.

Keller, K. L. (2013) **Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity**, 4th Edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

٩- المراجع الإضافية:

Clow, K., and Baack, D. (2010) **Integrated advertising, promotion, and marketing communications**. 4th edition, Upper Saddle River NJ: Pearson

Keller, K. L. (1993) "Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity", **Journal of Marketing**, Vol.57, January, pp.1-22.

Keller, K. L. (2003) "Brand synthesis: the multidimensionality of brand knowledge", **Journal of Consumer Research**, Vol.29, March, pp.595-600.