**دليل مادة: إدارة العلامة التجارية (السنة الأولى ماستر/ س2)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| دليل المادة التعليميةSyllabus | | | |
| **اسم المادة: أدارة العلامة التجارية** | | | |
| **الميدان** | العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير | **الفرع** | علوم تجارية |
| **التخصص** | تسويق | **المستوى** | سنة أولى ماستر |
| **السداسي** | الثاني | **السنة الجامعية** | 2023- 2024 |

**التعرف على المادة التعليمية**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **اسم المادة** | **الابتكار وتطوير المنتجات** | **وحدة التعليم** | **أساسية** |
| **عدد الأرصدة** | 5 | **المعامل** | 2 |
| **الحجم الساعي الأسبوعي** | 15 أسبوعا | **المحاضرة (ع.س/ اسبوع)** | 1 سا 30 د |
| **أعمال مرتبطة /الاسبوع** | 15 أسبوعا | **أعمال م/ت (س.ع/ أسبوع)** | 1 سا 30 د |

**مسؤول المادة التعليمية**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الإسم واللقب** | **محمود بولصباع** | **الرتبة** | **أستاذ التعليم العالي** |
| تحديد موقع المكتب | 15 | البريد الالكتروني | m.boulesbaa@centre-univ-mila.dz |
| رقم الهاتف | 0672575513 | توقيت الدرس ومكانه | ق/ك 5  الثلاثاء: 9.30- 11.00 |

**وصف المادة التعليمية**

|  |  |
| --- | --- |
| المكتسبات | القدرة على الاستيعاب والتحليل |
| الهدف العام للمادة | تمكين الطالب من فهم أهداف العلامة التجارية |
| أهداف التعليم (المهارات المستهدفة) | فهم إدارة العلامة التجارية وكيفية التأثير على أداء الشركة ومستقبلها وفهم كيفية تويرها والقدرة على ..... |

**محتوى المادة**

|  |  |
| --- | --- |
| المحور الأول | مدخل نظري للعلامة التجارية |
| المحور الثاني | إنشاء العلامة التجارية وحمايتها |
| المحور الثالث | قيمة العلامة التجارية |
| المحور الرابع | رأس مال العلامة التجارية |
| المحور الخامس | تموقع العلامة التجارية |
| المحور السادس | العلامة التجارية الالكترونية |
| المحور السابع | تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك |
| المحور الثامن | توسع العلامة التجارية والتحالفات |
| المحور التاسع | تدويل العلامة التجارية |

**طريقة التقييم**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **التقييم بالنسبة المئوية** | **العلامة** | | **الوزن النسبي للتقييم** | | |
| امتحان | 20/20 | | وزن المحاضرة | 60% | 60% |
| امتحان جزئي | 5 | 20 |  | 40% | 25% |
| أعمال موجهة | 7 | 35% |
| أعمال تطبيقية | / | / |
| المشروع الفردي | / | / |
| الأعمال ضمن فريق | / | / |
| خرجات ميدانية | / | / |
| الحضور/الغياب | 6 | 30% |
| المشاركة | 2 | %10 |

**المراجع**

1. Georges Lewi, Branding Management, Editions Pearson, 2005  
2. Jean-Noël Kapferer, The new strategic brand management, London and Philadelphia, 2008  
3. Chantal Lai Isabelle Aimé, La marque, Dunod.2016

**مصادقة الهيئات**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **رئيس القسم** | **مسؤول الميدان (الفرع/التخصص)** | **المكلف بالبيداغوجيا** |
| Dr.Boudiab | Pr.Boulesbaa | Dr.Snouci |

MahmoudALI18@