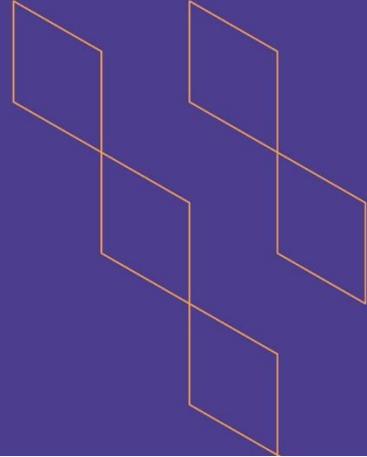




T-104

2022

توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: إدارة المنتج والعلامة التجارية

رمز المقرر: ٢٦١ تسق-٣

البرنامج: التسويق التطبيقي

القسم العلمي: العلوم الادارية

الكلية: التطبيقية

المؤسسة: جامعة نجران

نسخة التوصيف: T-104 -2022

تاريخ آخر مراجعة: ١٢ / ١ / ١٤٤٥ هـ





المحتويات:

الصفحة	المحتوى
٣	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
٣	١. الوصف العام للمقرر
٣	٢. الهدف الرئيس للمقرر
٤	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
٥	ج. موضوعات المقرر
٥	د. أنشطة تقييم الطلبة
٦	هـ. مصادر التعلم والمرافق
٦	١. قائمة المراجع ومصادر التعلم
٦	٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة
٦	و. تقويم جودة المقرر
٦	ز. اعتماد التوصيف



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي				
١. الساعات المعتمدة:		٣ ساعات		
٢. نوع المقرر				
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب.	إجباري	اختياري	√	
٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الثانية/ المستوى الخامس		
٤. الوصف العام للمقرر				
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم إدارة المنتجات السلعية والخدمية والعلامة التجارية والتعرف على تصنيف المنتجات وعمليات تطوير المنتجات الجديدة واستراتيجيات العلامة التجارية ومراحل دورة حياة المنتج. إضافة لتدريب تطبيقي في قياس وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية ومدى الارتباط بالصورة الذهنية المدركة للعلامة التجارية.				
٥. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)				
مقدمة في التسويق ١٦١ تسق-٣				
٦. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)				
لا يوجد				
٧. الهدف الرئيس للمقرر				
<ul style="list-style-type: none"> • فهم كيفية تصنيف المنتجات والخدمات • إظهار فهم واضح لمصطلحات ومفاهيم وممارسات إدارة المنتج والعلامة التجارية • شرح خطوات تطوير المنتجات الجديدة. • مناقشة استراتيجيات العلامة التجارية والقرارات المتعلقة بكيفية بناء العلامة التجارية. • التعرف على مراحل دورة حياة المنتج وكيفية تغير الاستراتيجيات التسويقية خلال دورة حياة المنتج 				

١. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم اعتيادي		
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	٣٠	٪٦٧
٤	التعليم عن بعد		
٥	تطبيقي	١٥	٪٣٣
	المجموع	٤٥	٪١٠٠

٢. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٠ = ١٥ × ٢	٪٦٧
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقي)	١٥ = ١٥ × ١	٪٣٣
	الإجمالي	٤٥	٪١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	ان يشرح الطالب ماهية المنتجات وقيمة العلامة التجارية	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.2	يصف الطالب دورة حياة المنتج	I	المحاضرات/ مناقشات في المنتديات/ سمنارات	الاختبارات والواجبات
1.3				
2.0	المهارات			
2.1	يشرح الطالب خطوات تطوير المنتجات الجديدة	M	المحاضرة المناقشة الحوار والتكليفات والواجبات أسلوب حل الواجبات	مقياس سلالم التقدير كتابة التقارير
2.2	يناقش الطالب استراتيجيات العلامة التجارية	M		التقييم بالمشاريع العلمية
...				التقييم القائم على المناقشات
...				الاختبارات العملية الواجبات التطبيقية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتصرف بمسئولية تجاه المواقف	P	الانشطة الفردية والجماعية	بطاقة الملاحظة
3.2	أن يشارك الطالب مع زملائه في التخطيط لحملة ترويجية وإعلانية	P	التعليم التعاوني	بطاقة الملاحظة
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مقدمة في إدارة المنتجات	٢
٢	المنتجات	٣
٣	قرارات المنتج والخدمة	٢
٤	مدخل في تخطيط وتطوير المنتجات	٢
٥	تصميم وتطوير المنتج	٤
٦	مراحل تطوير المنتجات الجديدة	٢
٧	مراحل دورة حياة المنتج	٤
٨	قيمة العلامة التجارية	٢
٩	الوعي بالعلامة التجارية	٢
١٠	تطوير هوية العلامة التجارية	٢
١١	الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية	٢
١٢	استراتيجيات تجديد المنتجات والعلامة التجارية	٣
المجموع		٣٠
١٣	تدريب عملي للتعرف على مدي تعرف الطالب على مفهوم المنتجات	٢
١٤	حلقة نقاش حول دورة حياة المنتجات واختيار الاستراتيجيات المناسبة	١
١٥	دراسة حالة عن تخطيط المنتجات	١
١٦	عروض تقديمية عن المقارنة بين المنتجات السلبية والخدمية	٢
١٧	جلسة عصف ذهني حول اقتراح منتجات جديدة تتصف بالابتكار	١
١٨	حلقة نقاش عن استراتيجيات العلامة التجارية	١
١٩	عرض تجارب عن مستوي الوعي بالعلامة التجارية	١
٢٠	تدريب تطبيقي عن تجديد المنتجات والعلامة التجارية	٢
	تدريب مراحل دورة حياة المنتج	١
٢١	عروض تقديمية عن تطوير المنتجات الجديدة	٣
المجموع		١٥
المجموع الكلي		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

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

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	تقييم تطبيقي	الثاني	٪١٠
٢	تقييم تطبيقي	الرابع	٪١٠
٣	الاختبار الفصلي	الثامن	٪٢٠
٤	تقييم تطبيقي	التاسع	٪١٠
٥	الاختبار النهائي	نهاية الفصل	٪٥٠
...	المجموع		٪١٠٠

ه. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إدارة المنتج ل استيفن مورس دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، ٢٠٢٢م	المرجع الرئيس للمقرر
إدارة المنتج والعلامة التجارية، د.محمد خضر ، منشورات الجامعة السورية الافتراضية ٢٠٢٠م	المراجع المساندة
المراجع الإضافية (الدوريات العلمية، التقارير، المواد الالكترونية المتوفرة على الإنترنت في المواقع المختلفة أو أشرطة أل CD أو الفيديو أو غيرها)	المصادر الإلكترونية
مواقع تعليمية اخرى مثل موقع اليوتيوب	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية مجهزة بجهاز عرض (صورة وصوت) مع سبورة ذكية	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... الخ)
معمل لأتمتة الاعمال (Business Lab) مجهز بأجهزة حاسب ومربوط بشبكة الانترنت	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
توصيلات كهربائية للاستخدام عند الضرورة	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
الاستبانات	الطلبة	فاعلية التدريس
الملاحظة المباشرة/ مراجعة النظير/ تصحيح عينة بواسطة عضو اخر من برنامج مماثل	اعضاء هيئة التدريس/ لجنة الجودة/ المراجع النظير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
ملف الانجاز/ الاختبارات والاجابات النموذجية/ التقييمات والواجبات/ الاستبانات	اعضاء هيئة التدريس والقيادات/ الطلاب	مصادر التعلم
راي الخبراء/ الاستبانات/ ورش العمل	لجنة التخطيط والمناهج/ الطلاب/ اعضاء هيئة التدريس	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
الاستبانات/ بطاقة الملاحظة	الطلاب واعضاء هيئة التدريس	أخرى

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



ز. اعتماد التوصيف:



جهة الاعتماد	مجلس قسم العلوم الإدارية
رقم الجلسة	٠٠٠٠٧ - ٠٠٩٩ - ١٤٤٣٠٩٠٣
تاريخ الجلسة	١٢:٣٠ / ٠٤ / ٢٠٢٢ م

