

مقدمة في إدارة العلامات التجارية

Introduction to Brand Management

توصيف المقرر

يهدف مقرر "مقدمة في إدارة العلامات التجارية" إلى تزويد الطالب بالمعرفة الأساسية حول كيفية إدارة العلامات التجارية بشكل فعال، مع التركيز على أسس إنشاء الهوية التجارية، استراتيجيات النمو، وبناء علاقات قوية مع العملاء. يتناول المقرر تطوير وتنفيذ استراتيجيات العلامات التجارية الناجحة، تحليل السوق، والتسويق باستخدام العلامة التجارية. كما يسلط الضوء على كيفية تحديد مكونات العلامة التجارية مثل الاسم، الشعار، والقيم المرتبطة بالمنتج أو الخدمة. يتم أيضاً التعرف على تأثير الإعلام الرقمي على إدارة العلامات التجارية في العصر الحديث.

أهداف المقرر

1. تعريف الطالب بأسس إدارة العلامات التجارية واستراتيجيات تطويرها.
2. تمكين الطالب من فهم كيفية تحليل سوق العلامات التجارية وتحديد الفئة المستهدفة.
3. تدريب الطالب على كيفية بناء هوية قوية للعلامة التجارية والاهتمام بجانب التسويق الرقمي.
4. تعزيز مهارات الطالب في ابتكار استراتيجيات تسويقية مبتكرة للعلامات التجارية.

المخرجات المتوقعة

بعد إتمام هذا المقرر، يتوقع أن يكون الطالب قادرًا على:

1. فهم أساس إدارة العلامات التجارية والطرق المستخدمة لتطويرها.
2. تحليل السوق وتحديد فئات العملاء المستهدفة للعلامات التجارية.
3. بناء هوية تجارية قوية تعكس قيم العلامة التجارية.
4. تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للعلامات التجارية، بما في ذلك عبر القنوات الرقمية.



