

إدارة العلامات التجارية

Brand management

إدارة العلامات التجارية تعد من أهم المجالات في التسويق الحديث، حيث تركز على بناء هوية قوية للعلامة التجارية وتعزيز قيمتها في أذهان المستهلكين. تهدف المادة إلى تمكين الطلاب من فهم كيفية تطوير العلامات التجارية والحفاظ على مكانتها في الأسواق التنافسية. كما تسلط الضوء على استراتيجيات الابتكار والإبداع في إدارة العلامة التجارية لتحقيق التميز والولاء.

توصيف المقرر:

"إدارة العلامات التجارية" هو مقرر يهدف إلى تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لفهم كيفية إنشاء وإدارة العلامات التجارية بشكل استراتيجي. يغطي المقرر موضوعات مثل تصميم هوية العلامة، بناء القيمة التجارية، إدارة السمعة، واستراتيجيات تعزيز ولاء العملاء. كما يناقش تحديات العلامات التجارية في الأسواق العالمية.

أهداف المقرر:

1. تعريف الطلاب بالمفاهيم الأساسية لإدارة العلامات التجارية وأهميتها في الممارسات التسويقية.
2. تعليم الطلاب كيفية تطوير هوية متكاملة للعلامة التجارية تعكس قيم المؤسسة.
3. تعزيز فهم الطلاب لدور العلامات التجارية في تشكيل قرارات المستهلكين.
4. تمكين الطلاب من تقييم أداء العلامة التجارية واتخاذ القرارات المناسبة لتحسينها.
5. تعليم الطلاب استراتيجيات التعامل مع المنافسة والحفاظ على مكانة العلامة التجارية في السوق.

المخرجات المتوقعة:

بنهاية هذا المقرر، من المتوقع أن يكون الطلاب قادرين على:

1. فهم أساسيات بناء العلامات التجارية وإدارتها بفعالية.
2. تصميم هوية تجارية مبتكرة تعزز تميز المؤسسة في السوق.
3. تقييم القيمة التجارية للعلامة وأثرها على أداء المؤسسة.
4. تطوير استراتيجيات تسويق وإدارة مبتكرة للحفاظ على ولاء العملاء.
5. التعامل مع التحديات المرتبطة بإدارة العلامات التجارية في بيئات تنافسية ودولية.
6. استخدام أدوات التحليل لتحسين أداء العلامة التجارية وتعزيز قوتها.