

عنوان الماستر: تجارة إلكترونية

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.1

اسم المادة: إدارة العلامة التجارية الرقمية

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

يهدف هذا المقرر لتعزيز قدرات الطالب فيما يخص دراسة إدارة العلامة الرقمية، وكذا سمعتها وشهرتها في ظل تحديات التجارة الالكترونية

المعارف المسبقة المطلوبة :

- مدخل إلى التسويق والتسويق الرقمي

محتوى المادة:

المحور الأول: ماهية العلامة

المحور الثاني: إنشاء وإدارة توسع العلامة التجارية

المحور الثالث: ادارة العلامة على الانترنت

المحور الرابع: بناء الصورة الرقمية للعلامة

المحور الخامس: السمعة والشهرة الرقمية للعلامة

المحور السادس: تحديات ومستقبل العلامات في ظل التجارة الالكترونية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- 1- Philip kotler et autre : « marketing management » , pearsoneducation, 2012.
- 2- Jean-noelkapferer : « les marques, capitale de l'entreprise », eyrolles, France, 2011.