

التوصيف العام لمقرر صناعة الهوية والعلامة التجارية

المحاضرة التعريفية
Orientation

MKT 235

اعداد

د. محمد عادل عبدالرازق
دكتورة إدارة الأعمال، جامعة اكستر، إنجلترا

محتويات المحاضرة التعريفية

- تمهيد
- توصيف مقرر صناعة حول الهوية والعلامة التجارية
- أهداف المقرر
- خطة وموضوعات المقرر
- أهمية دراسة المقرر
- أهمية هذا المجال في الحياة العملية
- التوقعات من الطلاب
- آلية الحلقات النقاشية
- مصادر ومراجع المقرر



أستاذ المقرر



د. محمد عادل عبدالرازق

- دكتوراة الإدارة والتسويق من جامعة Exeter بالمملكة المتحدة
- التدريس سابقا بجامعة اكستر بإنجلترا وحاليا بجامعة مدينة السادات- مصر
- عضو هيئة تدريس بجامعة ميدأوشن- كلية الاعلام والتسويق

توصيف مقرر صناعة الهوية والعلامة التجارية

01

1. توصيف المقرر:

يركز هذا المقرر على فهم أهمية الهوية والعلامة التجارية في بناء صورة ذهنية قوية للمنتجات والشركات. سيتعلم الطلاب كيفية تصميم وتطوير هوية تجارية تعكس قيم وأهداف المؤسسة وتساهم في خلق تجربة متكاملة للمستهلكين. يشمل المقرر الجوانب النظرية والعملية التي تساعد في تطوير هوية بصرية متماسكة واستراتيجية تسويقية تعزز مكانة العلامة التجارية في الأسواق التنافسية



بنهاية هذا المقرر، سيكون الطالب قادرًا على:

1. فهم المفاهيم الأساسية المتعلقة بالهوية والعلامة التجارية.
2. تطوير استراتيجيات متكاملة لبناء هوية تجارية مميزة.
3. فهم العناصر البصرية الرئيسية للهوية التجارية (الشعار، الألوان، الخطوط)
4. الإلمام بأساليب السرد القصصي في بناء العلامة التجارية.
5. تقييم أداء العلامة التجارية وقياس فعاليتها.
6. تطوير استراتيجيات إعادة بناء العلامة التجارية (Rebranding) عند الحاجة.
7. فهم أهمية حماية العلامة التجارية قانونياً.

خطة و محتوى المنهج الدراسي

01

الأسبوع	الموضوع	وصف مختصر
2	أساسيات بناء الهوية التجارية	التعريف بالمبادئ الأساسية لبناء الهوية التجارية.
3	العناصر البصرية للهوية التجارية	تصميم الشعار، الألوان، والخطوط.
4	استراتيجية العلامة التجارية	كيف تضع الشركة خطتها للتمييز والمنافسة؟
5	السرد القصصي في بناء العلامة	أهمية القصة في تعزيز العلامة التجارية.
6	تجربة العلامة التجارية	كيفية تصميم تجربة متكاملة تعزز ولاء العملاء.
7	تسويق العلامة التجارية	استراتيجيات تسويقية لتعزيز مكانة العلامة.
8	إعادة بناء العلامة التجارية	كيف تعيد الشركة بناء علامتها للحفاظ على تنافسيتها؟
9	حماية العلامة التجارية	حماية الهوية والعلامة التجارية قانونياً.
10	تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك	كيفية تأثير العلامة على قرارات الشراء وسلوك المستهلك.
11	تقييم أداء العلامة التجارية	أدوات ومقاييس تقييم العلامة التجارية وتحسين أدائها.

تعريف الهوية التجارية

01

. الفرق بين الهوية التجارية والعلامة التجارية:

◦ الهوية: كيف تظهر الشركة نفسها؟

◦ العلامة التجارية: كيف ينظر الناس إلى الشركة؟

. **الهوية التجارية:** هي الصورة التي تسعى الشركة إلى تقديمها للجمهور، وتشمل:

◦ الرسالة.

◦ الرؤية.

◦ القيم الأساسية.

◦ العناصر البصرية (الشعار، الألوان، الخطوط)



ما هي العلامة التجارية؟

01

. العلامة التجارية:

الصورة الذهنية والانطباع الكلي التي تتكون لدى الجمهور عن الشركة أو المنتج و تشمل الانطباعات، التجارب، والمشاعر المرتبطة بالشركة

. العناصر المكونة للعلامة التجارية

1. التجربة: (Experience) كيف يشعر العملاء عند التعامل مع المنتج أو الخدمة.
2. الهوية: (Identity) ما تقدمه الشركة من عناصر بصرية ورسائل.
3. السمعة: (Reputation) الانطباع طويل الأمد لدى العملاء.



لماذا الهوية التجارية مهمة؟

01

. أهمية الهوية التجارية:

- تمييز الشركة عن المنافسين.
- بناء الثقة مع الجمهور.
- تعزيز الولاء للعلامة التجارية.
- تحقيق الاستمرارية في السوق.
- زيادة القيمة السوقية للشركة.

. حقائق وإحصائيات:

- الشركات ذات الهوية التجارية القوية تزيد أرباحها بنسبة 23% مقارنة بالمنافسين.
- 77% من العملاء يشترون بناءً على اسم العلامة التجارية أكثر من الخصائص.



عناصر الهوية التجارية

01

الشعار: (Logo)

• رمز يمثل العلامة التجارية

الألوان: (Colors)

• تؤثر على الشعور والانطباع النفسي

الخطوط: (Typography)

• تعكس شخصية العلامة التجارية

الصور: (Imagery)

• تصف العلامة بطريقة بصرية

الصوت: (Tone)

• أسلوب التواصل مع الجمهور

دور العلامة التجارية في تعزيز قيمة الشركة

01

تحسين السمعة وزيادة
المصداقية.

جذب استثمارات
وشراكات جديدة.

دعم التوسع الجغرافي
والأسواق الجديدة

تحقيق عائد على الاستثمار
(ROI) أعلى

بناء أصول غير ملموسة
(Intangible Assets).

خطوات تصميم علامة تجارية

01

اختيار الألوان
والخطوط
المناسبة

إنشاء دليل
هوية العلامة
التجارية
(Brand
Guidelines).

تحديد الجمهور
المستهدف

صياغة رسالة
ورؤية وقيم
واضحة

تصميم شعار
وهوية بصرية
متسقة

رؤية وقيم العلامة التجارية

01

القيم (Values):

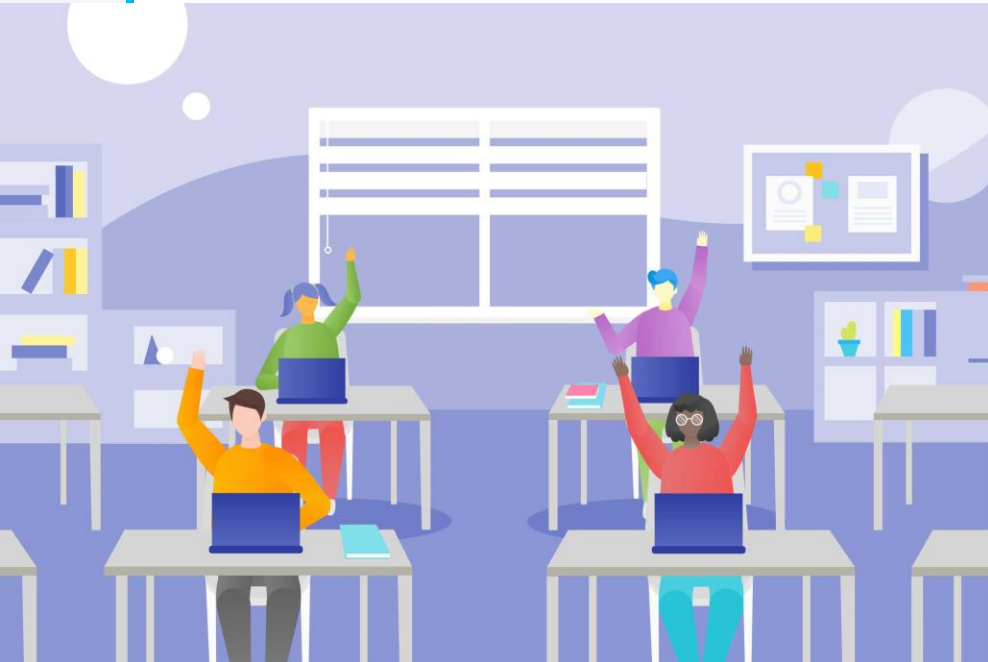
المبادئ الأساسية التي تحكم العلامة التجارية.

مثال: قيم شركة "Patagonia: الاستدامة، الابتكار، والشفافية".

الرؤية: (Vision)

هدف طويل الأمد تسعى العلامة لتحقيقه.

مثال: رؤية Tesla هي "تسريع الانتقال إلى طاقة مستدامة".



- الحضور والمشاركة الفعالة
- الالتزام بالمواعيد
- المشاركة في المناقشات



- هل لديكم أي أسئلة حول محتوى المقرر؟
- هذا الجزء يتيح لكم الفرصة لطرح الأسئلة حول أي شيء في المقرر
 - لم يكن واضحًا في المحاضرة المسجلة
 - تشجيعكم على التفاعل والمشاركة بطرح الأسئلة لتعزيز الفهم

مصادر ومراجع مقترحة للمقرر

01

كتب أساسية:

1. Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding; by [Alina Wheeler](#).
2. Designing Brand Identity From a Marketing Perspective; By [Roel Stavorinus](#).



Thank You