

امتحان السداسي الأول في مقياس: - إدارة العلامة التجارية -

السؤال الأول: (15 ن)

العلامة عبارة عن اشارات تهدف الى تعريف وتمييز منتجات المؤسسة، وبنوع من الدقة هي مصطلح إشارة، رمز، أو أي تنسيق بين هذه العناصر وتستخدم أساسا لتحديد نوعية السلع والخدمات للبائع أو مجموعة من البائعين وتمييزها عن سلع المنافسين.

1- يرى كل من كوتلر (Kotler) و دوبوا (Dubois) ان مفهوم العلامة التجارية يدور حول ستة أقطاب.

أذكرها باختصار؟ (03ن). مع توضيح ذلك بشكل بياني؟ (02ن)

2- علامة المنتج أو علامة الموزع أو العلامة العالمية، جميعها انواع لعلامات تجارية متداولة والمهم هو وضع

اساسيات وركائز لكل نوع منها. أذكر هذه الأنواع؟ (10ن)

السؤال الثاني: (05ن)

1- أذكر عنوان بحثك الذي كلفت بتحضيره في الأعمال الموجهة؟ مع إعطاء ملخصه؟ (05ن).

بالتوفيق للجميع

الإجابة النموذجية لمقياس: - إدارة العلامة التجارية -

الجواب الأول: (15 ن)

العلامة عبارة عن اشارات تهدف الى تعريف وتمييز منتجات المؤسسة، وبنوع من الدقة هي مصطلح إشارة، رمز، أو أي تنسيق بين هذه العناصر وتستخدم أساسا لتحديد نوعية السلع والخدمات للبائع أو مجموعة من البائعين وتمييزها عن سلع المنافسين.

1- يرى كل من كوتلر (Kotler) ودوبوا (Dubois) ان مفهوم العلامة التجارية يدور حول ستة أقطاب.

أذكرها باختصار؟ (3ن) مع توضيح ذلك بشكل بياني؟ (2ن)

-مجموعة من الخواص: أي أن العلامة تذكر بالخواص المحددة للسلعة فمثلا علامة مرسيدس (Mercedes) تشير الى خواص معينة مثل: قوة التحمل الفخامة الديمومة السرعة، وقد تستخدم المؤسسة هذه الخواص في إعلاناتها المتعلقة بهذه السيارة (سيارة لا مثيل لها في العالم).

-مجموعة من الإيجابيات: حيث أن العميل لا يشتري الخواص لذا يجب ترجمتها الى ايجابيات عملية وظيفية وحسية ملموسة فمثلا: خاصية الديمومة في علامة مرسيدس (Mercedes) يمكن ترجمتها إلى "لا يتوجب عليا أن اشترى سيارة جديدة كل بضعة سنوات".

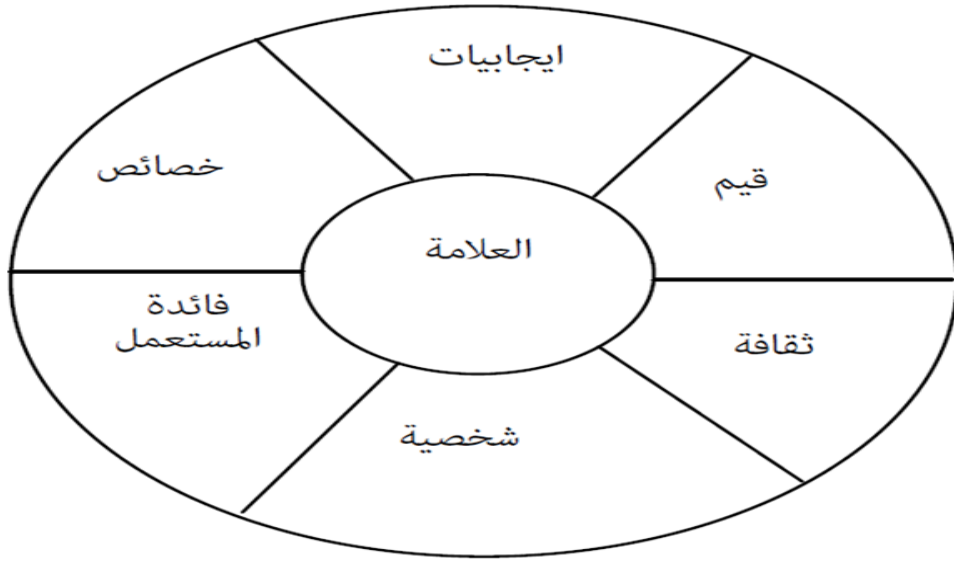
-مجموعه من القيم: تقدم العلامة أيضا مجموعة من القيم وتعبر عن ثقافة المؤسسة.

-تعبر عن الثقافة: باعتبار أن العلامة منتسبة إلى ثقافة معينة مثلا: علامة مرسيدس (Mercedes) هي علامة المانية تنتسب إلى الثقافة الألماني.

-لها شخصية: فشخصية العلامة تعبر عن مجموعة من الصفات الإنسانية التي يربطها العميل بالعلامة التجارية.

-تمثل جانب من شخصية المستعمل: حيث تكشف لنا العلامة التجارية عن جانب من شخصية المستعمل وبالتالي فهي تجذب الافراد الذين تتطابق انطباعاتهم الذهنية الذاتية مع صورة العلامة.

ويمكن توضيح هذه الاقطاب في الشكل التالي: (2ن)



2- علامة المنتج او علامة الموزع او العلامة العالمية، جميعها انواع لعلامات تجارية متداولة والمهم هو

وضع اساسيات وركائز لكل نوع منها. أذكر هذه الأنواع؟ (10ن) **للمزيد من المعلومات المحاضرة رقم 08**

أولاً:علامات المنتجين:

تاريخيا اول ظهور لمبادئ العلامة كان لدى المنتجين والمصنعين، وكانت بدايتها في المنتجات الحرفية في زمن الروم والإغريق والذين كانوا يضعون اشارات على منتجاتهم تعرف من خلالها تجارتهم في الأسواق، وفي الزمن الاوسط وجد هؤلاء طرق لضمان منتجاتهم الأصلية من التقليد.

ولكن معظم العلامات الخاصة بالمنتجين طورت بعد الثورة الصناعية التي تميزت بتنوع وكثرة المصانع والمنتجين وتعتبر بعض العلامات قديمة الظهور تمارس نشاطها في الأسواق.

وتعتبر الآن علامات تجارية عريقة وذات سمعة تقدر بملايين الدولارات، ومن امثلة عن ذلك ظهور العلامة "بولان" POULAIN عام 1848، "نيسكلي" NESTLE عام 1866، "ماجي" MAGGI عام 1885، "ميشلان" MICHELIN عام 1889.

علامة المنتجين: وهي ثلاثة أنواع:

-العلامة الفردية: وهي العلامة التي تضعها المؤسسة على منتج وحيد لتمييزه عن بقية منتجاتها.ومن الأمثلة على ذلك:

-في الجزائر وفرنسا نجد من العلامات ما أصبحت أسماء للمنتجات، ومثال ذلك: علامة "Frigidaire" للثلاجات، وعلامة "Mobylette" للدراجات النارية، وعلامة "Scotch" للأشرطة اللاصقة، علامة "Isis" لمواد التنظيف (الجزائر)، وعلامة "Kleenex" للمناديل الورقية (فرنسا).

-وفي بريطانيا نجد علامة "Hoover" التي أصبحت اسما للمكانس الالكترونية.

-أما في ألمانيا فنجد علامة "Allibert" لخزائن غرف الحمام، وعلامة "Tisa" للأشرطة اللاصقة.

- علامة المجموعة: وهي العلامة التي تضعها المؤسسة على مجموعة من المنتجات المتجانسة (تنتمي الى نفس الصنف) مع التزام العلامة بمهمة واحدة لجميع المنتجات. من ايجابيات هذا النوع من العلامات انخفاض تكاليف الترويج مقارنة بالعلامة الفردية، إضافة إلى ذلك فهي تساعد على التطور السريع للمنتجات الجديدة.

-العلامة العائلية: وهي العلامة التي تضعها المؤسسة على مجموعة من المنتجات غيرالمتجانسة. وهذا ما يجعل المهمة التي تلزم العلامة غير موحدة وتختلف وفق طبيعة صنف المنتجات. وغالبا ما يكون هذا النوع نتيجة توسع علامة المجموعة.

-العلامة الكفيلة: وهي العلامة التي تستخدمها المؤسسة من مجموعة من العلامات (وليس المنتجات). وغالبا ما يستخدم هذا النوع من العلامات من طرف المؤسسات المنتجة للسيارات. فعلمة "Renault" تضم تحتها مجموعة العلامات :

". Vel Satis Twingo; Clio; Modus; Kangoo; Megane; Scénic; Koleos; Laguna; Espace;

ثانيا: علامات الموزع:

علامة الموزع ليست علامة خصوصية بل ولدت في بريطانيا سنة 1869 في بلدة سانسبورغ وذلك في "منتج ميشال" كما ولدت ايضا في فرنسا مع احداث كأس العالم لسنة 1929.

الفقرة رقم 62 من قانون " 15 ماي 2001 " المتعلق بالتجديد القانون الاقتصادي الفرنسي يعرف المنتجات المباعة تحت علامة الموزع "المنتج يعرف بخصائص المؤسسة والمجموعة التي تضمن وتؤمن البيع بالتجزئة وتحمل علامة القائم بالبيع".

مثال: علامة الموزعين هي العلامة المطورة والمستحدثة من قبل الهيئة التي تعيد البيع او تتاجر في منتجات معروضة للبيع مع اشتراط ان يكون بائع هذه العلامة خاص ومنفرد بعملية البيع.

علامة الموزع قد تحمل العلامة الأصلية المميزة، هذا عند الحديث على العلامة الأصلية مثل العلامة " اوشن AUCHAN " او تحت اي اسم خاص بالموزع المميز مثل "مونوبري MONOPRIX" او حالة العلامة النظيفة والبعيدة جدا عن التقليد والمقاربات التمويهية مثل العلامة كوكا. "COCA"

ثالثا: العلامات على شبكة الأنترنت LES MARQUE INTERNET

علامة الانترنت بدأت تظهر في بداية التسعينيات، وهي تحل مشكلات هامه ومختلفة خاصة العلامة، الخاصة بالتسويق الالكتروني او النشاطات على النت وفي المواقع (RUEDUCOMMERCE, AMAZONE).

ثالثا: العلامات على شبكة الأنترنت LES MARQUE INTERNET

علامة الانترنت بدأت تظهر في بداية التسعينيات، وهي تحل مشكلات هامه ومختلفة خاصة العلامة، الخاصة بالتسويق الالكتروني او النشاطات على النت وفي المواقع (RUEDUCOMMERCE, AMAZONE).

علامة الانترنت تستعمل كعلامة وحيدة ونقية عبر النت ومن امثلة هذه المواقع والخاصة بالعلامة نجد (MONSIEUR PROPRE.COM " LIPTON.FR)، ايضا نجد العلامات التجارية القديمة والتي تستعمل اسماء جديدة من اجل تطوير التبادل والاتصال على شبكة الانترنت مثل (C-MESCOURSES. FR، LE CYBERMARCHE).

[/https://www.lipton.com/fr](https://www.lipton.com/fr)

[/http://www.cybermarches.fr](http://www.cybermarches.fr)

وهذه العلامات التجارية تقترح ضمن هذه المواقع الثلاث خدمات في شكل صفقات عمل.

-تبيع على شبكه الانترنت منتجات وخدمات مثل: TELEMARKET. FR

<http://www.telemarket.fr/>

-خدمات ومنتجات معلوماتية وهي مجانية على موقع GOOGLE.FR .

<https://www.google.fr/>

- ايضا خدمات الاتصال والعلاقات وهي تقترحها مجانيا كالقيام بنشاط مع بعض المجموعات المنتجة لعلامات عالمية متميزة او موسمية.

الجواب الثاني: (05ن)

1- أذكر عنوان بحثك الذي كلفت بتحضيره في الأعمال الموجهة؟ مع إعطاء ملخصه؟ (05ن)

بالتوفيق للجميع