



امتحان السداسي الأول في مقاييس: - إدارة العلامة التجارية -

السؤال الأول: (15 ن)

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

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

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

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

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

السؤال الثاني: (05ن)

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

بالتوقيع للجميع



الأدلة النهائية لمقاييس 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.

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

أذكرها بإختصار؟ (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 اشتري سيارة جديدة كل بضع سنوات".

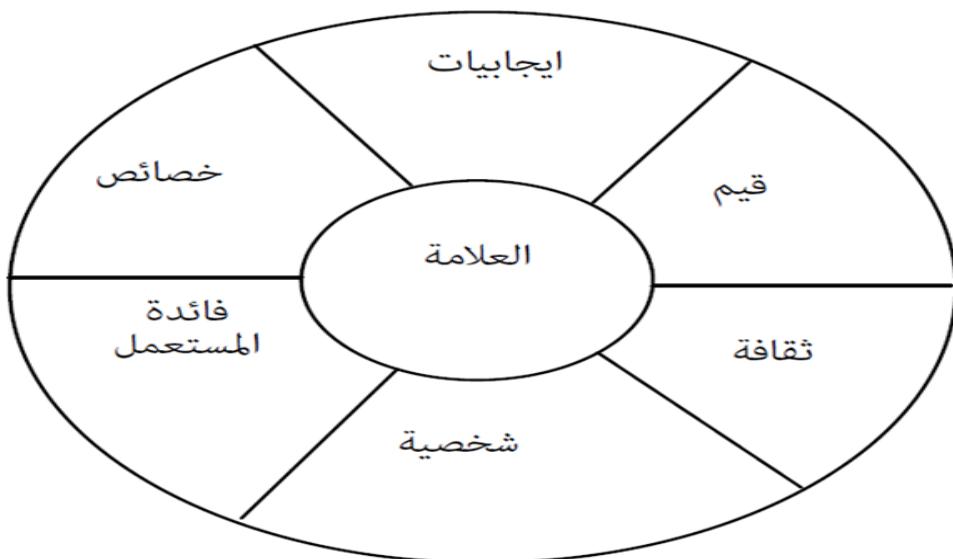
- مجموعة من القيم: تقدم العلامة أيضا مجموعة من القيم وتعبر عن ثقافة المؤسسة.

- تعبير عن الثقافة: باعتبار أن العلامة منتبة إلى ثقافة معينة مثلا: علامة مرسيدس (Mercedes) هي علامة ألمانية 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 في تجذب الأفراد 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. اذكر هذه الانواع؟ (10ن) **للمزيد من المعلومات المحاضرة رقم 08**

أولاً: علامات المنتجين:

تاريجياً أول ظهور لمبادئ العلامة كان لدى المنتجين والمصنعين، وكانت بدايتها في المنتجات الحرفية في زمن الروم والإغريق والذين كانوا يضعون إشارات على منتجاتهم تعرف من خلالها تجارتهم في الأسواق، وفي الزمن الوسيط 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 أمثلة عن ذلك ظهور العلامة "بولان POULAIN" عام 1848، "نيستلي NESTLE" عام 1866، "ماجي MAGGI" عام 1885، "ميшелان 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 اسمًا للمكائن 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 المتGANة (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 تساعده على التطور السريع للمنتجات الجديدة.

-العلامة العائلية: وهي العلامة التي تضعها المؤسسة على مجموعة من المنتجات غيرالمتجانسة. وهذا ما يجعل المهمة التي تتلزم العلامة غير موحدة وتخالف وفق طبيعة صنف المنتجات. غالبا ما يكون هذا النوع نتيجة توسيع علامة المجموعة.

-العلامة الكفيلة: وهي العلامة التي تستخدمها المؤسسة من مجموعة من العلامات (وليس المنتجات). غالبا ما يستخدم هذا النوع من العلامات من طرف المؤسسات المنتجة للسيارات. فعلامة "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 سنه 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 وتومن البيع بالتجزئة وتحمل علامة القائم بالبيع".

مثال: علامة الموزعين هي العلامة المطورة والمستحدثة من قبل الهيئة التي تعيد البيع او تagger 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 التموهية مثل العلامة كوكا."COCA".

ثالثا: العلامات على شبكة الانترنت 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 الواقع (RUEDUCOMMERCE, AMAZONE).

ثالثا: العلامات على شبكة الانترنت 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 الواقع (RUEDUCOMMERCE, AMAZONE).

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

[/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 شبكة 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 وال العلاقات وهي تقتربها 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