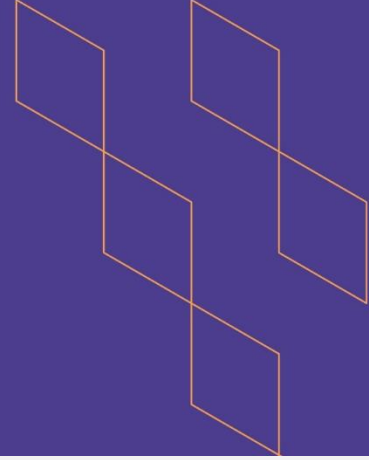




T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي



اسم المقرر: الاعلان
رمز المقرر: 413-تسق
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: كلية الاعمال
المؤسسة: كلية الاعمال
نسخة التوصيف: الأول
تاريخ آخر مراجعة: 1441/6/20



## المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:		3	
2. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	٧	متطلب مسار
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الرابعة – المستوى الثامن	
4. الوصف العام للمقرر			
يقدم المقرر الجوانب التنظيمية و الفنية و المالية و السلوكية للنشاط الإعلاني داخل المنشآت. يعتمد المقرر على تقديم العديد من الأمثلة من الرسائل الإعلانية لتحليلها أثناء المحاضرات أو من خلال المناقشات الإلكترونية.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 312-تسق قنوات الاتصال التسويقي			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر			
يهدف هذا المقرر إلى إكساب الطلاب المهارات الضرورية و الأساسية للتعرف على الجوانب التنظيمية و المالية و الاتصالية و السلوكية لإدارة الحملات الإعلانية			

## 1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	2	67
2	التعليم الإلكتروني	1	33
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	***	***
4	التعليم عن بعد	***	***

## 2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100
2	معمل أو إستوديو	***	***
3	ميداني	***	***
4	دروس إضافية	***	***
5	أخرى	***	***
	الإجمالي	45	100

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	أن يكون للطالب معرفة شاملة بالمفاهيم الأساسية و الضرورية المتعلقة بالإعلان	1ع	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
2.0	المهارات			
2.1	أن يتعرف الطالب على الوسائل و الآليات الضرورية لتصميم الرسائل الإعلانية	1م	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
1.3	يعمل في مجال الإعلان بشكل جماعي بإرشاد أو استقلالية	1ق	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.3	يعمل في فريق عمل لإدارة الإعلانات	2ق	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.3	يتحمل المسؤولية في تطوير نفسه في مجال الإعلان	3ق	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
4.3	يلتزم بالنزاهة في تصميم وإدارة الاعلانات	4ق	دراسة حالة حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
				المناقشات

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	<b>مدخل إلى الإعلان و الترويج</b> ما هو الاعلان ؟ - المهمات المرتبطة بالإعلان - الأهداف العامة الاعلان - الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للإعلان	3
2	<b>الاعلان و سلوك المستهلك</b> نموذج كاتونا - استعداد المشتري عند مراحل مختلفة - دوافع السلوك	9
3	<b>إدارة النشاط الاعلاني داخل المؤسسة</b> أهمية تنظيم النشاط الاعلاني - قرار تحديد أسلوب إدارة النشاط الاعلاني - قرار تحديد أسلوب تخطيط الحملة الاعلانية	6
4	<b>قرارات تصميم الرسالة الاعلانية</b> مفهوم الرسالة الاعلانية - خطوات تصميم الرسالة الاعلانية - أساليب صياغة نص الرسالة الاعلانية - المداخل الإستراتيجية لإعداد نص الرسالة الاعلانية - شروط نجاح الرسالة الاعلانية	9
5	<b>إختيار وسائل نشر الإعلان</b> مفهوم و أهمية وسائل نشر الإعلان - أنواع و خصائص وسائل نشر الإعلان - وسائل الإتصال الإلكتروني	9
6	<b>تحديد ميزانية الحملة الاعلانية</b> تحديد ميزانية الإعلان على أساس جزافي - تحديد ميزانية الإعلان باقتطاع نسبة مئوية من رقم المبيعات - تحديد ميزانية الإعلان طبقا لما ينفقه المنافسون - تحديد ميزانية الإعلان طبقا للهدف المقصود من الإعلان - تطبيقات حول تسعير الرسائل الاعلانية	9
	المجموع	45

### د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	7	20
2	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 15	30
3	الاختبار النهائي	15	50

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره)

## ه. مصادر التعلم والمرافق:

### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

الإعلان – د/أحمد محمد غنيم – المكتبة العصرية – 2008	المرجع الرئيس للمقرر
الإتصالات التسويقية المتكاملة طريقك المباشر إلى قلب و فكر العميل د/طلعت أسعد عبد الحميد مكتبة الشرقي 2006	المراجع المساندة
أمثلة من الصحف و من مواقع ويب لرسائل إعلانية	المصادر الإلكترونية
مقاطع فيديو	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعات مجهزة	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
عرض الشرائح على video projector	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

### و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
استطلاعات الرأي	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون - جهات التوظيف	فاعلية التدريس
استطلاعات الرأي المقابلات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	فاعلية طرق تقييم الطلاب
استطلاعات الرأي المقابلات الزيارات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – الموظفون – المراجع المستقل	مصادر التعلم
استطلاعات الرأي	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون - جهات التوظيف	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
استطلاعات الرأي المقابلات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	أخرى

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).  
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

### ز. اعتماد التوصيف:

مجلس القسم	جهة الاعتماد
الثامن	رقم الجلسة
1441/6/20هـ	تاريخ الجلسة

