

مواصفات مقرر:
تخطيط حملات إعلانية

Republic of Yemen

Alandalus University

Quality Assurance Unit



الجمهورية اليمنية

جامعة الاندلس
للعلوم والتقنية

وحدة ضمان الجودة

قسم: الإعلام	توصيف مقرر : تخطيط حملات إعلانية	كلية: العلوم الإنسانية
--------------	-------------------------------------	------------------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:					
تخطيط حملات إعلانية				اسم المقرر:	1.
3612-469				رمز المقرر ورقمه:	2.
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	محاضرة	3.
42				3	الساعات المعتمدة:
المستوى الرابع - الفصل الدراسي الثامن				المستوى والفصل الدراسي:	4.
إدارة الإعلان واقتصادياته				المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):	5.
لا يوجد				المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	6.
بكالوريوس علاقات عامة				البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	7.
العربية				لغة تدريس المقرر:	8.
فصلي				نظام الدراسة:	9.
منتظم /				أسلوب الدراسة في البرنامج:	10.
مقر الجامعة				مكان تدريس المقرر:	11.
د. عبدالرحيم الشاوري - عميد كلية الإعلام - جامعة صنعاء				اسم معد مواصفات المقرر:	12.
				تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	13.

ثانياً: وصف المقرر:
يعني ها المقرر بدراسة تخطيط الحملات الإعلانية ، من خلال التعرف على مراحل عملية التخطيط ، والتي تشمل البيئة التسويقية، وتحديد أهداف الحملة الإعلانية وكيفية تحديد مخصصات الحملة الإعلانية ، والاستراتيجيات الابداعية وطرق تقييم الحملة الإعلانية.
ثالثاً: مخرجات التعلم:
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان: المعرفة والفهم: الإلمام بماهية الحملة الإعلانية ومكوناتها المختلفة .

المهارات الذهنية: يستوعب النماذج التوضيحية لمراحل تخطيط الحملات الإعلانية.

المهارات العملية المهنية: يدير حملات إعلانية مختلفة وعلى أسس علمية سليمة.

المهارات العامة: القدرة قيادة فريق الحملات الإعلانية.

رابعاً: مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقييم

أولاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1- التعرف على مفهوم التخطيط للحملات الإعلانية.	المحاضرات و المحادثات و النقاش	اختبار تحصيلي و اختبار الاداء
2 - يحدد خطوات التخطيط للحملات الإعلانية على أسس علمية سليمة .	المحاضرات و المحادثات و النقاش	اختبار تحصيلي و اختبار الاداء
3 – يعدد مراحل التخطيط للحملات الإعلانية	المحاضرات و المحادثات و النقاش	اختبار تحصيلي و اختبار الاداء

خامساً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1- يقترح التصورات اللازمة والمناسبة للتخطيط للحملات الإعلانية	المحاضرات و المحادثات و النقاش و النزول الميداني	اختبار تحصيلي و اختبار الاداء
2 - يفسر ويحلل البيانات المتعلقة بالتخطيط للحملات اعلانية	المحاضرات و المحادثات و النقاش و النزول الميداني	اختبار تحصيلي و اختبار الاداء
3 – يقيم مراحل تخطيط الحملات الإعلانية.	المحاضرات و المحادثات و النقاش و النزول الميداني	اختبار تحصيلي و اختبار الاداء

سادساً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1. يجري البحوث والدراسات المتعلقة بالتخطيط للحملات	المحاضرات و المحادثات و النقاش و النزول الميداني	اختبار تحصيلي و اختبار الاداء

		الإعلانية.
اختبار تحصيلي و اختبار الاداء	المحاضرات و المحادثات و النقاش و النزول الميداني	2. يعد الخطط المناسبة لمختلف الحملات الإعلانية .
سابعاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
استراتيجية التقييم	استراتيجية التدريس	مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية
اختبار تحصيلي – اختبار أداء	المحاضرات و المحادثات و النقاش و النزول الميداني	1 - يعمل ضمن فريق جماعي ويمتلك المهارات القيادية لإدارة الفرق الخاصة بتنفيذ الحملات الإعلانية.

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

وحدات /مواضيع محتوى المقرر

أولاً: الجانب النظري والعملية

رموز مخرجات تعلم المقرر	الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المواضيع التفصيلية	وحدات/ موضوعات المقرر	الرقم
A1- b1- b2- c1-c2	6	2	تعريف الحملات الإعلانية، الخصائص العامة للحملات الإعلانية ومرحلة التخطيط المختلفة للحملة الإعلانية	مراحل التخطيط الإعلاني	1
A2- b2- c1-c2	6	2	تحليل الموقف التسويقي وأهميته والعوامل المتغيرة التي تؤثر على الحملات الإعلانية، عناصر البيئة التسويقية (المزيج التسويقي – الاستراتيجيات وخصائص المستهلك – المنافسون)	تحليل الموقف التسويقي	2
A1- a2- b2- c1-d1	6	2	تحديد أهداف الحملة الإعلانية والعوامل التي تحكم عملية تحديد أهداف الحملة الإعلانية، خصائص الهدف الإعلاني الجيد وأمثلة تطبيقية لأهداف الحملة الإعلانية.	أهداف الحملة الإعلانية	3
A1- a2- a3- b3- c2- d1-	6	2	تحديد مخصصات الحملة الإعلانية وطرق تحديدها، نماذج اتخاذ قرارات الإنفاق الإعلاني	المخصصات الإعلانية	4
A1- a2- a3- b3-	3	1	استراتيجيات الإبداعية للحملة الإعلانية ونماذج تحديد الاستراتيجيات الإبداعية	الاستراتيجيات الإبداعية	5

c2- d1					
A1- a2- a3- b3- c2-	6	2	تحديد خطة واختيار وجدولة الوسائل الإعلانية	جدولة الوسائل	6
A1- a2- a3- b3- c2-	3	1	تحديد خطة واختيار وجدولة الوسائل الإعلانية	تقييم الحملة	7
	36	12	إجمالي الأسابيع والساعات		

تاسعا: استراتيجيات التدريس:

محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية
مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التقييمات والتكاليف:

الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	يتم تقسيم الطلاب لمجموعات ومن ثم يبدأ الإعداد لتصوير مقترح لحملة إعلانية لمنتج معين أو مؤسسة معينة من خلال خطوات التخطيط للحملات الإعلانية.	A1-a2-a3-b1-b2-b3-c1-c2-c3-d1-d2-d3-d4	8	
2				
3				
4				
5				

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	امتحان نصفي	7	20	%20	a-b

a-b-c-d	%10	10	10	تكاليف	2
	%10	10		حضور ومشاركة	3
a-b	%60	60	13	امتحان نهائي	4
	%100	100		المجموع	
الحادي عشر: مصادر التعلم:					
(اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).					
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)					
1. فاتن محمد رشاد، 2008، تخطيط الحملات الإعلانية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.					
2. سمير العبدلي، 2010، الترويج والإعلان، الأردن.					
المراجع المساعدة					
1. محفوظ احمد جودة، (1999) العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، ط 3 (عمان: دار زهران)					
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)					
1- الدوريات:					
الدراسات الإعلامية – بحوث الاتصال – الإذاعات العربية – المجلة العربية للمعلومات Media studies					

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1.	الحضور والغياب: إذا تغيب الطالب 25% من المحاضرات بدون عذر يرفع اسمه لشؤون الطلاب ويحرم من دخول امتحان المادة النهائي.
2.	الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.
3.	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
4.	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
5.	الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قيل ومادة بعد.
6.	الانتحال:

يفصل سنه من الدراسة.	
سياسات أخرى:	7.

خطة مقرر: تخطيط حملات إعلانية

I. معلومات عن مدرس المقرر: تخطيط حملات إعلانية						
الساعات المكتبية (3 / أسبوعيا)				د. عبدالرحيم الشاوري		الاسم
الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت	المكان ورقم الهاتف 771604598
						البريد الإلكتروني

II. معلومات عامة عن المقرر:						
تخطيط حملات إعلانية				1. اسم المقرر:		
469-3612				2. رمز المقرر ورقمه:		
المجموع	الساعات				3. الساعات المعتمدة للمقرر:	
	تدريب	عملي	سمنار	نظري		
42	-	-	-	3		
المستوى الرابع - الفصل الدراسي الثامن				4. المستوى والفصل الدراسي:		
إدارة الإعلان واقتصادياته				5. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):		
لا يوجد				6. المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):		
بكالوريوس علاقات عامة				7. البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:		
العربية				8. لغة تدريس المقرر:		
جامعة الاندلس				9. مكان تدريس المقرر:		

III. وصف المقرر الدراسي:
يعني ها المقرر بدراسة تخطيط الحملات الإعلانية ، من خلال التعرف على مراحل عملية التخطيط ، والتي تشمل البيئة التسويقية، وتحديد أهداف الحملة الإعلانية وكيفية تحديد مخصصات الحملة الإعلانية ، والاستراتيجيات الإبداعية وطرق تقييم الحملة الإعلانية.

IV. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر:
1.
2.
3.

4.
5.

٧. محتوى المقرر:

الجانب النظري:

الرقم	وحدات المقرر	المواضيع التفصيلية	الأسبوع	الساعات الفعلية
1	مراحل التخطيط الإعلاني	تعريف الحملات الإعلانية، الخصائص العامة للحملات الإعلانية ومراحل التخطيط المختلفة للحملة الإعلانية		
2	تحليل الموقف التسويقي	تحليل الموقف التسويقي وأهميته والعوامل المتغيرة التي تؤثر على الحملات الإعلانية، عناصر البيئة التسويقية (المزيج التسويقي - الاستراتيجيات وخصائص المستهلك - المنافسون)		
3	أهداف الحملة الإعلانية	تحديد أهداف الحملة الإعلانية والعوامل التي تحكم عملية تحديد أهداف الحملة الإعلانية، خصائص الهدف الإعلاني الجيد وأمثلة تطبيقية لأهداف الحملة الإعلانية.		
4	المخصصات الإعلانية	تحديد مخصصات الحملة الإعلانية وطرق تحديدها، نماذج اتخاذ قرارات الإنفاق الإعلاني		
5	الاستراتيجيات الإبداعية	استراتيجيات الإبداعية للحملة الإعلانية ونماذج تحديد الاستراتيجيات الإبداعية		
6	جدولة الوسائل	تحديد خطة واختيار وجدولة الوسائل الإعلانية		
7	تقييم الحملة	تحديد خطة واختيار وجدولة الوسائل الإعلانية		
عدد الأسابيع والساعات				

الجانب العملي:

كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1			
2			
3			
4			
5			

X. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
1.	الحضور والغياب:
2.	الحضور المتأخر:
3.	ضوابط الاختبارات والامتحانات:
4.	التكليفات / المهام والمشاريع:
5.	العش:
6.	الانتحال:
7.	سياسات أخرى: