

مواصفات مقرر: تصميم الإعلان وإخراجه

Republic of Yemen

Alandalus University

Quality Assurance Unit



الجمهورية اليمنية

جامعة الاندلس
للعلوم والتقنية

وحدة ضمان الجودة

قسم: الاعلام	توصيف مقرر: تصميم الإعلان وإخراجه	كلية: الآداب
--------------	-----------------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:					
1.	اسم المقرر:	تصميم الإعلان وإخراجه			
2.	رمز المقرر ورقمه:	3612-352			
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب
		3	-	-	-
4.	المستوى والفصل الدراسي:	المستوى الثالث: الفصل الدراسي السادس			
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	إنتاج مواد إعلامية			
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	لا يوجد			
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج العلاقات العامة			
8.	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية			
9.	نظام الدراسة:	نظام الفصل (بكالوريوس)			
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:	منتظم			
11.	مكان تدريس المقرر:	قاعة الكلية/ جامعة الاندلس			
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	اديب العمري			
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2018م			

ثانياً: وصف المقرر:
<p>اسم المقرر : تصميم الإعلان وإخراجه</p> <p>يتناول هذا المقرر الخطوات والمراحل التي تمر بها كتابة وتصميم وإخراج الإعلان، ابتداءً من تحديد أهدافه، وخلق الفكرة الإعلانية، وكتابة العناوين والنص الإعلاني، وتصميمه، والتنسيق بين عناصره، وإخراجه في شكل جمالي معين، وتقدير متطلباته الإنتاجية والفنية.</p> <p>كما يتضمن المقرر تدريب الطلاب على إعداد تصاميم لإعلانات مطبوعة تصلح للجرائد والمجلات والملصقات والرسائل البريدية.</p>

ثالثا: مخرجات التعلم:

يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:
A1: يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان .
A 2: يحدد خطوات إعداد تصميم الإعلان وإخراجه وتخطيط برامج الإعلان.
A3: يبين التطورات الراهنة المستقبلية في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان .
B1: يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير العلاقات العامة .
B2: يخطط برامج تصميم الإعلان وإخراجه والحملات الاعلانية .
B3: يميز بين المهارات الاتصالية وكيفية استخدامها في برامج العلاقات العامة.
C1: يستخدم كتابة وتحرير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار تصميم الإعلان وإخراجه .
C 2: يطبق مهارات إعداد الوسائل الاتصالية مثل الكتيبات والمطويات والملصقات والبيانات الصحفية الإعلانية وغيرها من المواد المطلوبة لبرامج العلاقات العامة والإعلان.
C 3: يخطط استراتيجيات الاتصال لبرامج العلاقات العامة وإدارة الأزمات.
D1: يتبع أساليب التفكير العلمي في حل المشكلات المتعلقة بمجال عملة لتصميم الإعلان وإخراجه.
D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف العلاقات العامة والإعلان.
D3: يتعامل مع الوسائل الإعلانية والمؤسسات الإعلامية المختلفة.

رابعا: مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولا: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
A1- يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان.	المحاضرات – الحوار والمناقشة – العروض التقديمية	الاختبارات التحريرية - الاختبارات الشفهية
A2- يحدد خطوات إعداد تصميم الإعلان وإخراجه وتخطيط برامج الإعلان.	التعليم الذاتي – خارطة المفاهيم	تقييم التكاليف – الملاحظة
A3- يبين التطورات الراهنة	الحوار والمناقشة – العروض التقديمية - المحاضرات	تقييم التكاليف - الاختبارات التحريرية

		المستقبلية في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان .
--	--	---

خامسا: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
بعد استيفاء الطالب لمتطلبات المساق سيكون قادرا على أن:		
B1- يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير العلاقات العامة.	المحاضرات – الحوار ومناقشة	الاختبارات التحريرية - الاختبارات الشفهية - الاختبارات القصيرة .
B2- يخطط برامج تصميم الإعلان وإخراجه والحملات الاعلانية .	عصف ذهني - تقارير فردية وجماعية – حل مشكلات	تقييم التقارير – الملاحظة
B3 - يميز بين المهارات الاتصالية وكيفية استخدامها في برامج العلاقات العامة.	تعلم تعاوني – عصف ذهني – حوار ومناقشة	تقييم التقارير – الملاحظة - الاختبارات الشفهية.

سادسا: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
C1: يستخدم كتابة وتحرير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار تصميم الإعلان وإخراجه .	الحوار والمناقشة – العروض التقديمية	الاختبارات التحريرية - الاختبارات الشفهية - الاختبارات القصيرة .
C 2: يطبق مهارات إعداد الوسائل الاتصالية مثل الكتيبات والمطويات والملصقات والبيانات الصحفية الإعلانية وغيرها من المواد المطلوبة لبرامج العلاقات العامة والإعلان.	تعلم ذاتي - تعلم تعاوني – زيارات ميدانية – بحوث تطبيقية	تقييم البحوث التطبيقية- تقييم المشاريع والبرامج الإذاعية والتلفزيونية- الملاحظة.
C 3: يخطط استراتيجيات الاتصال لبرامج العلاقات العامة وإدارة	مشاريع فردية – مشاريع جماعية	تقييم المشاريع - تقييم برامج إذاعية وتلفزيونية – اختبار شفهي.

الأزمات.		
يمارس القيادة والاتصال الفعال والنقد العلمي للمضامين البرمجية في الاذاعة والتلفزيون.		
مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
D1: يتبع أساليب التفكير العلمي في حل المشكلات المتعلقة بمجال عملة لتصميم الإعلان وإخراجه.	الحوار والمناقشة - العروض التقديمية	تقييم مشاريع - الاختبارات الشفهية
D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف العلاقات العامة والإعلان.	تعلم تعاوني - حل المشكلات - المحاكاة	تقييم بحوث - تقييم مشاريع
D3: يتعامل مع الوسائل الإعلانية والمؤسسات الإعلامية المختلفة.	حوار ومناقشات - حل المشكلات - العروض تقديمية	تقييم عروض - الملاحظة.

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

الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	مخرجات تعلم المقرر
1	مقدمة تعريفية بالمادة وطرق تدريسها	مقدمة عن الإعلان الصحفي	1	3	a2-1 a2-2
2	أهمية تصميم الإعلان وإخراجه	أهمية تصميم الإعلان وإخراجه -أنواع الإعلانات - طريقة ابتكار الفكرة الإعلانية. - كتابة عناوين الإعلانات	1	3	a4-2 c1-1
3	كتابة النص الإعلاني	تدريبات على كتابة الإعلانات المطبوعة	2	6	

a3-1 c3-1 d2					
a2-1 a2-2	3	1	عناصر التصميم الإعلاني و حملات التوعية الإعلانية وعناصرها النموذج الاتصال الإعلاني	فكرة التصميم	4
a3-1 c3-1 d2	3	1	الوسائل الإعلانية المختلفة وسائل الاتصال الجماهيرية أشكال الفنون الإعلانية	الوسائل الإعلانية	5
a3-2 a4-1 b2-1 b2-2 c1-1 c1-2	3	1	أشكال الفنون الكتابية الإعلانية الصحفية خصائص الاتصال الجماهيري طرق استخدام الاتصال الجماهيري في تصميم الإعلان وإخراجه	تنسيق الإعلان	6
a3-2 a4-1 b2-1 b2-2 c1-1 c1-2	3	1	خصائص الرسائل الإعلانية الإقناعية بناء الرسائل الإعلانية الإقناعية الإستمرالات المؤثرة التي تحتويها الرسائل الخاصة بالإعلانات الأساليب الفعالة في صياغة الرسائل الخاصة بالإعلان طرق تنظيم الرسائل الخاصة بالحملة الإعلانية استراتيجيات تنظيم الرسائل الخاصة بالحملة الإعلانية	الرسائل الإعلانية وحملات التوعية الإعلانية	7
b3-2 d3	3	1	تجزئة الجماهير (المتلقين) وفقا لخصائص العلاقات الاجتماعية تجزئة الجماهير وفقا لصفاتهم الجيوديموغرافيك تجزئة الجماهير وفقا لأساسيات وصولهم الى المعلومات تجزئة الجماهير عن طريق استخداماتهم للوسائل والقنوات الإعلانية تجزئة الجماهير وفقا للنشاط الجماهيري حيال موضوع الحملة الإعلانية	المتلقي وحملات التوعية الإعلامية	8

b3-2 d3	3	1	إخراج الإعلان ومراعاة (ما قبل الإنتاج وما بعد الإنتاج) للمواد الاعلانية الخاصة بالحملات الاعلانية بحوث اثناء تنفيذ الحملة الاعلانية وإخراجها بحوث عقب انتهاء الحملة الاعلانية وإخراجها	إخراج الإعلان	9
b3-2 d3	3	1	انوع الاعلام الجديد- طرق التوعية الاعلانية عبر الاعلام الحديث	الإعلام الجديد وحملات التوعية الاعلانية	10
a3-1 c3-1 d2	3	1	خطوات التوعية الاعلانية - انواع الحملات الاعلانية	الخطوات الإجرائية لحملات تصميم الإعلان وإخراجه	11
a2-1 a2-2	3	1	الخطوات الاجرائية - التوعية الاعلانية وانواعها	متابعة الخطوات الإجرائية لحملات التوعية الاعلانية	12
b3-2 d3 a2-1 a2-2	3	1	خطوات إعداد تصاميم الإعلانات المطبوعة - مشروع تصاميم الإعلانات المطبوعة	تدريبات على إعداد تصاميم الإعلانات المطبوعة	13
b3-2 d3	3	1	طرق تطبيقية على إعداد تصاميم الإعلانات المطبوعة	تدريبات على إعداد تصاميم الإعلانات المطبوعة	14
a.b.c.d				الامتحان النهائي	
	42	14	إجمالي الأسابيع والساعات		

تاسعا: استراتيجيات التدريس:	
	محاضرات.
	تطبيق عملي في المعمل.
	واجبات منزلية
	مناقشة جماعية
	تكاليف جماعية

I. التعيينات والتكليفات:				
الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	تقديم العديد من السيناريوهات النصية لغرض اقرارها	A1+A2+B1+C1+D1	2-13	10%
2	عرض مشاريع تخرج من جامعات اخرى لغرض الاستفادة			
3	مناقشة أبحاث مصغرة فردية وجماعية			
4	مجموعة نقاش			

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الواجبات / الأنشطة / التكليف Homework/Tasks/Assignments	1-13	10	10%	A1+A2+B1+C1+D1
2	اختبار أول (قصير) Quiz 1				
3	اختبار منتصف الفصل Midterm Exam	7	20	20%	
4	اختبار ثاني (قصير) Quiz 2				
5	الاختبار النهائي Final Exam		60	60%	
	المجموع		100	100%	

الحادي عشر: مصادر التعلم

المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين) Textbooks–not more than 2
1- د. طلعت عيسى ، الإعلان كتابية وتصميم وإخراج ، الجامعة الإسلامية – غزة ، 2014م
المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) Essential References–not less than 4
1- ابتكار الأفكار الإعلانية: د. السيد بهنسي، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2007م
2- هندسة الإعلان والعلاقات العامة: د. عبد السلام أبو قحف، ط1، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2001م
3- الدعاية والإعلان: د. قحطان العبدلي، د. سمير العبدلي، ط1، بيروت: دار العلوم العربية، 1993م
4- الإعلان: د. سمير حسين، ط4، القاهرة: عالم الكتب، 1993م
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites

--

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 قبل ومادة بعد.
6.	الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
7.	سياسات أخرى:

خطة مقرر: تصميم الإعلان وإخراجه

I. معلومات عن مدرس المقرر:						
الساعات المكتبية (3 / أسبوعيا)					الاسم	
					اديب العمري	
الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت	المكان ورقم الهاتف
						773628063
						البريد الإلكتروني
						Adeeb20711@gmail.com

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:						
تصميم الإعلان وإخراجه					اسم المقرر:	
352-3612					رمز المقرر ورقمه:	
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	محاضرة	الساعات المعتمدة:	
48	-	-	-	3		
المستوى الثالث: الفصل الدراسي السادس					المستوى والفصل الدراسي:	
إنتاج مواد إعلامية					المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	
لا يوجد					المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	
علاقات عامة					البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	
اللغة العربية					لغة تدريس المقرر:	
نظام الفصل (بكالوريوس)					نظام الدراسة:	
منتظم					أسلوب الدراسة في البرنامج:	
قاعة الكلية/ جامعة الاندلس					مكان تدريس المقرر:	
اديب العمري					اسم معد مواصفات المقرر:	

13-	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2017م
-----	----------------------------	-------

ثانيا: وصف المقرر:	
<p>اسم المقرر : تصميم الإعلان وإخراجه يتناول هذا المقرر الخطوات والمراحل التي تمر بها كتابة وتصميم وإخراج الإعلان، ابتداءً من تحديد أهدافه، وخلق الفكرة الإعلانية، وكتابة العناوين والنص الإعلاني، وتصميمه، والتنسيق بين عناصره، وإخراجه في شكل جمالي معين، وتقدير متطلباته الإنتاجية والفنية. كما يتضمن المقرر تدريب الطلاب على إعداد تصاميم لإعلانات مطبوعة تصلح للجراند والمجلات والملصقات والرسائل البريدية.</p>	
ثالثا: مخرجات التعلم:	
<p>يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:</p> <p>A1: يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان . A 2: يحدد خطوات إعداد تصميم الإعلان وإخراجه وتخطيط برامج الإعلان. A3: يبين التطورات الراهنة المستقبلية في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان . B1: يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير العلاقات العامة . B2: يخطط برامج تصميم الإعلان وإخراجه والحملات الاعلانية . B3: يميز بين المهارات الاتصالية وكيفية استخدامها في برامج العلاقات العامة. C1: يستخدم كتابة وتحرير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار تصميم الإعلان وإخراجه . C 2: يطبق مهارات إعداد الوسائل الاتصالية مثل الكتيبات والمطويات والملصقات والبيانات الصحفية الإعلانية وغيرها من المواد المطلوبة لبرامج العلاقات العامة والإعلان. C 3: يخطط استراتيجيات الاتصال لبرامج العلاقات العامة وإدارة الأزمات. D1: يتبع أساليب التفكير العلمي في حل المشكلات المتعلقة بمجال عملة لتصميم الإعلان وإخراجه. D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف العلاقات العامة والإعلان. D3: يتعامل مع الوسائل الإعلانية والمؤسسات الإعلامية المختلفة.</p>	

I. محتوى المقرر : Course Contents				
Theoretical Aspect: الجانب النظري				
الرقم No.	وحدات المقرر Course Units	المواضيع التفصيلية Sub-topics	الأسبوع Week due	الساعات الفعلية Contact Hours
1	مقدمة تعريفية بالمادة وطرق تدريسها	مقدمة عن الإعلان الصحفي	1	3
2	أهمية تصميم الإعلان وإخراجه	أهمية تصميم الإعلان وإخراجه -أنواع الإعلانات - طريقة ابتكار الفكرة الإعلانية- - كتابة عناوين الإعلانات	2	3

6	3-4	تدريبات على كتابة الإعلانات المطبوعة	كتابة النص الإعلاني	3
3	5	عناصر التصميم الإعلاني و حملات التوعية الإعلانية وعناصرها النموذج الاتصال الإعلاني	فكرة التصميم	4
3	6	الوسائل الإعلانية المختلفة ووسائل الاتصال الجماهيرية أشكال الفنون الإعلانية	الوسائل الإعلانية	5
3	1	أشكال الفنون الكتابية الإعلانية الصحفية خصائص الاتصال الوجيه طرق استخدام الاتصال الوجيه في تصميم الإعلان وإخراجه	تنسيق الإعلان	6
3	7	خصائص الرسائل الإعلانية الإقناعية بناء الرسائل الإعلانية الإقناعية الإستimalات المؤثرة التي تحتويها الرسائل الخاصة بالإعلانات الأساليب الفعالة في صياغة الرسائل الخاصة بالإعلان طرق تنظيم الرسائل الخاصة بالحملة الإعلانية استراتيجيات تنظيم الرسائل الخاصة بالحملة الإعلانية	الرسائل الإعلانية وحملات التوعية الإعلانية	7
3	8	تجزئة الجماهير (المتلقين) وفقا لخصائص العلاقات الاجتماعية تجزئة الجماهير وفقا لصفاتهم الجيوديموغرافيك	المتلقي وحملات التوعية الإعلامية	8

		تجزئة الجماهير وفقا لأساسيات وصولهم الى المعلومات تجزئة الجماهير عن طريق استخداماتهم للوسائل والقنوات الإعلانية تجزئة الجماهير وفقا للنشاط الجماهيري حيال موضوع الحملة الإعلانية	
3	9	إخراج الإعلان ومراعاة (ما قبل الإنتاج وما بعد الإنتاج) للمواد الاعلانية الخاصة بالحملة الإعلانية بحوث أثناء تنفيذ الحملة الاعلانية وإخراجها بحوث عقب انتهاء الحملة الاعلانية وإخراجها	9
3	10	انواع الاعلام الجديد - طرق التوعية الإعلانية عبر الاعلام الحديث	10
3	11	خطوات التوعية الإعلانية - انواع الحملات الإعلانية	11
3	12	الخطوات الاجرائية - التوعية الاعلانية وانواعها	12
3	13	خطوات إعداد تصاميم الإعلانات المطبوعة - مشروع تصاميم الإعلانات المطبوعة	13
3	14	طرق تطبيقية على إعداد تصاميم الإعلانات المطبوعة	14
3	15		15
48	15	إجمالي عدد الأسابيع والساعات Total number of weeks and hours	
Second: Practical/Tutorial/Clinical Aspects : سريري / تمارين / عملي			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي / تمارين / سريري Write up practical/tutorial/clinical topics			
الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المهام / التجارب العملية / تمارين / سريري	الرقم

Contact Hours	No. of Weeks	Practical/Tutorial/Clinical topics	No.
			1.
			2.
			3.
			4.
			5.
		إجمالي عدد الأسابيع والساعات Total number of weeks and hours	

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

1. استراتيجيات التدريس
المحاضرات
الحوار والمناقشة
العروض التقديمية
الزيارات الميدانية
البحوث التطبيقية
المحاضرات

V . التكاليفات / المهام:			
الدرجة Mark	الأسبوع Week due	النشاط/ التكليف Task/Assignment	الرقم No.
20	13-1	اعداد عروض تقديمية تقديم تصورات برمجية إعداد تكاليف بحثية	1.
20	7	اختبار منتصف الفصل	2
60	-	الاختبار النهائي	3

V. تقييم التعلم Learning Assessment:				
الوزن النسبي (نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي) Weight	الدرجة Mark	موعد التقييم/ اليوم والتاريخ Assessment day & date	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
10	10	13-1	تقديم العديد من السيناريوهات النصية لغرض اقرارها	1.
		10-7	عرض مشاريع تخرج من جامعات اخرى لغرض الاستفادة	2.
		13-8	مناقشة أبحاث مصغرة فردية وجماعية	3.
			مجموعة نقاش	
	100	المجموع Total		

V . مصادر التعلم

(اسم المؤلف، سنة النشر (بين قوسين)، اسم الكتاب، الطبعة، دار النشر، بلد النشر).
(Author, (Year), Book Title, Edition, Publisher, Country of publishing)

المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين) Textbooks-not more than 2

1- د. طلعت عيسى ، الإعلان كتابية وتصميم وإخراج ، الجامعة الإسلامية – غزة ، 2014م

المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) Essential References-not less than 4

- 1- ابتكار الأفكار الإعلانية: د. السيد بهنسي، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2007م
- 2- هندسة الإعلان والعلاقات العامة: د. عبد السلام أبو قحف، ط1، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية،

<p>2001م 3- الدعاية والإعلان: د. قحطان العبدلي، د. سمير العبدلي، ط1، بيروت: دار العلوم العربية، 1993م 4- الإعلان: د. سمير حسين، ط4، القاهرة: عالم الكتب، 1993م</p>
<p>مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites</p>

II. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
الحضور والغياب Class Attendance : :	
1. الحضور المتأخر Tardy : تتاح فرصة للطالب بمقدار ربع ساعة بعد دخول استاذ المقرر الى القاعة الدراسية ويمنع دخول الطالب بعد مرور الربع الساعة منذ بدء المحاضرة .	
2. ضوابط الاختبارات والامتحانات Exam Attendance/Punctuality:	
3. التكليفات / المهام والمشاريع Assignments & Projects: تسلم التكليفات والبحوث الموجهة قبل اخر محاضرة بعد ان يتم مناقشتها في كل محاضرة بحسب الخطة التي تم توزيعها من قبل عضو هيئة التدريس بداية اول لقاء .	
4. الغش Cheating: يحرم الطالب الذي تلبس بحالة غش من النجاح في المادة ومن حقه الالتحاق في الدور الثاني من نفس العام .	
5. الانتحال (Plagiarism): في حال انتحال الشخصية يتم اتخاذ قرار بالفصل من قبل رئاسة القسم ويحرم محظر بهذه الحالة ويعلق قرار اللجنة في اللوحة العامة للقسم والكلية والجامعة	
6. سياسات أخرى (Other policies): يمنع استخدام أي وسيلة من وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة داخل القاعات الاختبارية ، ويمنع استلام أي تكاليف بحثية بعد الانتهاء من المقررات الدراسية ويحرم الطالب من درجات التكاليف في حال تعثر في تسليمها في وقتها المحدد .	