نموذج وصف المقرر

| 1. اسم المقرر | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الإعلان الصحفي | | | | | | | | |
| 1. رمز المقرر | | | | | | | | |
| اعلان صحفي | | | | | | | | |
| 1. الفصل/ السنة | | | | | | | | |
| سنوي | | | | | | | | |
| 1. تاريخ اعداد هذا الوصف | | | | | | | | |
| 2023-2024 | | | | | | | | |
| 1. اشكال الحضور المتاحة | | | | | | | | |
| اسبوعي | | | | | | | | |
| 1. عدد الساعات الدراسي (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي ) | | | | | | | | |
| 30 ساعة / عدد الوحدات 6 | | | | | | | | |
| 1. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من أسم يذكر) | | | | | | | | |
| الاسم : أ. د هدى فاضل عباس الايميل:  [drhudafadihil@comc.uobaghdad.edu.iq](mailto:drhudafadihil@comc.uobaghdad.edu.iq) | | | | | | | | |
| 1. اهداف المقرر | | | | | | | | |
| **اهداف المادة الدراسية** | | | | | | 1. التعرف على الاعلان الصحفي   واهدافه ووظائفه ورموزه الاتصالية   1. واساليب التحرير والتصميم والاخراج الإعلاني   في الصحافة لتحقيق الارتقاء المعرفي للطلبة  ..كونه يمثل احد اهم المحاور الرئيسة الواجب  ممارسته والتعرف على مفرداته   1. وضع اللبنات الاساسية لتفعيل الجوانب   النظرية والتطبيقية . | | |
| 1. استراتيجيات التعليم والتعلم | | | | | | | | |
| الاستراتيجية | | | **1.الاعتماد على العرض المزدوج البصري للمادة النصية والصوري المرئي لنماذج الاعلانات الصحفية**  **2.تنوع استخدامات وسائل عرض المحاضرة فديوي وصوري مع الموسيقى والتعليق**  **3.تفعيل المشاركة في النقاشات من خلال طرح الاسئلة والاجابة مع تفعيل الجانب العملي**  **4- تفعيل دور الطالب في المحاضرة وتدريبه على المهارات القيادية من خلال إعطائه مسؤولية عرض المحاضرة بشكلها النظري والعملي وتدريبه على ادارة الحوار مع الطلبة.** | | | | | |
| 1. بنية المقرر | | | | | | | | |
| الاسبوع | الساعات | مخرجات التعلم المطلوبة | | اسم الوحدة أو الموضوع | | | طريقة التعلم | طريقة التقييم |
| 1 | 2 | الإعلان الصحفي | | نشأة الإعلان | | | نظري | **اختبار نظري** |
| 2 | 2 | **الاعلان الصحفي** | | **مفهوم الاعلان ومراحل تطوره في الصحافة** | | | **نظري** | **اختبار نظري** |
| 3 | 2 | ========= | | **وظائف واهداف الاعلان** | | | **نظري** | **اختبار نظري** |
| 4 | 2 | ========= | | **الاسس الفنية بتصميم الاعلانات** | | | **نظري وعملي** | **اختبار عملي** |
| 5 | 2 | ============= | | **استخدام التقنيات في الاعلان** | | | **نظري** | **=======** |
| 6 | 2 |  | | **اخلاقيات الاعلان** | | | **نظري** | **========** |
| 7 | 2 |  | | **الرموز اللفظية وغير اللفظية في الاعلان** | | | **نظري وعملي** | **اختبار عملي** |
| 8 | 2 |  | | **العناصر الخاصة باعداد الرسالة الاعلانية** | | | **نظري وعملي** | **=======** |
| 9 | 2 |  | | **الجوانب السايكولوجية في الاعلان** | | | **نظري** | **=======** |
| 10 | 2 | الاعلان الصحفي | | **الاعلان والتسويق** | | | **نظري** | **=======** |
| 11 | 2 |  | | **الحملات الاعلانية** | | | **نظري وعملي** | **=========** |
| 12 | 2 |  | | **الاعلان وفئات الجمهور** | | | **========** | **========** |
| 13 | 2 |  | | **قياس اثر الاعلان في الجمهور** | | | **نظري وعملي** | **=========** |
| 14 | 2 |  | | **نماذج للسلوك الاستهلاكي الاعلاني** | | | **========** | **=========** |
| 15 | 2 |  | | **امتحان الفصل الاول** | | |  |  |
| 16 | 2 | الاعلان الصحفي | | **انواع الاعلانات الصحفية** | | | **نظري وعملي** | **اختبار نظري وعملي** |
| 17 | 2 |  | | **وسائل الاعلام وعلاقتها مع الإعلان** | | | **عملي** | **اختبار عملي** |
| 18 | 2 |  | | **الترويج الاعلاني** | | | **نظري وعملي** | **=======** |
| 19 | 2 |  | | **مزايا الاعلان وعيوبه في الصحافة** | | | **==========** | **========** |
| 20 | 2 |  | | **الاساليب الاعلاني في الصحافة** | | | **=========** | **==========** |
| 21 | 2 |  | | **اثر الاعلان في التمويل** | | | **نظري** | **اختبار نظري** |
| 22 | 2 |  | | **الاعلان في الانترنت** | | | **نظري وعملي** | **اختبار عملي** |
| 23 | 2 |  | | **اهم الفروق بين الاعلان في الصحافة والانترنت** | | | **========** | **=======** |
| 24 | 2 |  | | **مراحل اعداد الاعلان وتصميمه في الصحافة** | | | **========** | **========** |
| 25 | 2 |  | | **مراحل انتاج الاعلان في الصحافة** | | | **=========** | **========** |
| 26 | 2 |  | | **مراحل انتاج الاعلان في الانترنت** | | | **===========** | **========** |
| 27 | 2 |  | | **إعداد الاعلان وتحريره في الصحافة** | | | **=========** | **===========** |
| 28 | 2 |  | | **استراتيجيات الاعلان في الصحافة** | | | **نظري وعملي** | **نظري وعملي** |
| 29 | 2 |  | | **العوامل المؤثرة في حجم الاعلان** | | | **========** | **=========** |
| 30 | 2 |  | | **امتحان الفصل الثاني** | | |  |  |
| 1. تقييم المقرر | | | | | | | | |
| **1. درجة تفاعل الطالب والالتزام بتأدية المهام والواجبات اليومية النظري والعملي مع الحضور**  **2.تقديم التقارير وتكليفهم بإدارة النقاش مع الطلبة فضلا عن مشروع الاعلان النهائي المخصص للعرض الالكتروني مع إقامة حملات إعلانية بشكل مشاريع مصممة ومطبوعة**  **3. الامتحانات الفصلية 20**  **4 الحضور والتحضير 5 لكل فصل**  **5- المشروع 5 لكل فصل** | | | | | | | | |
| 1. مصادر التعلم والتدريس | | | | | | | | |
| الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية ان وجدت) | | | | | لايوجد | | | |
| المراجع الرئيسة (المصادر) | | | | | 1- كتاب فن الاعلان والصورة الصحفية /تأليف احمد موسى قريعي.  1-كتاب الترويج والاعلان / تأليف سمير العبدلي واخرون  3- كتاب الاعلان الالكتروني / تأليف فنوشي ربيعة | | | |
| الكتب والمراجع السائدة التي يوصى بها (المجلات العلمية ، التقارير ....) | | | | | 1- مجلة الباحث الاعلامي  2- مجلة الاكاديمي  3- مجلة العلوم والتقنية  4- كتاب التسويق المعاصر وفن الاتصال بالجماهير / غادة عبد التواب  5-التسويق الالكتروني / اميمة المعراوي  6-التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي / ليندا كولز  7-استراتيجية الإعلان والاتجاهات الحديثة في تطوير الأداء المؤسسي / سعد علي المحمدي  8-إدارة الإعلان واقتصادياته / سامي عبد العزيز واخرون  9- عصر الإعلان / ترجمة زكريا احمد عزام  10- هندسة الإعلان / عبد العزيز أبو نبعة واخرون  11- واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير  الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية / وليد العشري إبراهيم لي / جامعة طنطا | | | |
| المراجع الالكترونية ، مواقع الانترنيت | | | | | 1- موقع Pinterest المخصص لنشر الاعلانات  2- الصحف العالمية والمحلية والعربية ومواقع التواصل كافة  3- برومو المسلسلات والأفلام | | | |