



توصيف مقرر: الإعلان المسموع والمرئي

١. معلومات عامة عن المقرر:						
الإعلان المسموع والمرئي Audio-Visual Advertising					اسم المقرر:	١-
R.TV.476					رمز المقرر ورقمه:	٢-
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	محاضرة	الساعات المعتمدة:	٣-
٣	-	١	-	٢		
المستوى الدراسي الرابع- الفصل الاول					المستوى والفصل الدراسي:	٤-
الكتابة للإذاعة والتلفزيون					المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	٥-
-					المتطلبات المصاحبة (إن وجدت):	٦-
بكالوريوس الإذاعة والتلفزيون					البرنامج الذي يدرس له المقرر:	٧-
اللغة العربية					لغة تدريس المقرر:	٨-
فصلي					نظام الدراسة:	٩-
د. عبد الباسط محمد الحطامي					معد توصيف المقرر:	١٠-
١- د/ مهدي محمد حيدر ٢- أ.م.د/ علي مهيب البريهي ٣- د/ عمر مقبول عبرين ٤- د/ هزاع مرشد شرف ٥- د/ منصور حمود المنتصر ٦- أ.جمال محمد سيلان ٧- أ.عبد علي الصوفي					أسماء لجنة المراجعة والتعديل للمقرر:	١١-
مجلس القسم: ٢٠٢٠/٦/٣ م اللجنة الأكاديمية: ٢٠٢٠/٦/٩ م مجلس الكلية: ٢٠٢٠/٦/١٦ م					تاريخ اعتماد توصيف المقرر:	١٢-

٢. وصف المقرر:
يهدف هذا المقرر إلى إكساب الطالب معارف ومهارات عن الإعلان الإذاعي والتلفزيوني حيث يتضمن: مفهوم الإعلان المسموع والمرئي ونشأته وتطوره وأهميته وأهدافه ووظائفه، وكذلك المعلن وكالات الإعلان ووسائله وخصائص الجمهور المستهدف، ويتضمن المقرر أنواع الإعلان من حيث الشكل والمضمون والعرض ومراحل إنتاجه في الإذاعة والتلفزيون، كما يتدرب الطالب على تصميم الإعلان المسموع والمرئي من خلق الفكرة الإبداعية وكتابة النص والسيناريو وتنفيذه مستخدماً القيم والأوتار الإعلانية المناسبة وفهم الأبعاد النفسية والاجتماعية الاقتصادية والقدرة الشرائية للجمهور حتى يتمكن من إنتاج رسالة إعلانية فاعلة. ويشمل المقرر التعريف بالحملة الإعلانية وأساليبها وخطوات تنفيذها، وكذلك الإعلان في الويب وأهم الخصائص التي تميزه.

٣. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر: Course Intended Learning Outcome
a1 يعرف مفاهيم ومبادئ الإعلان المسموع والمرئي وخطوات إنتاجه . a2 يتمكن من معرفة التطورات الحديثة في مجال الإعلان المرئي لخلق رسائل إعلانية فاعلة. b1 - يبتكر أفكار إعلانات إبداعية إذاعية وتلفزيونية تتلاءم مع عادات ورغبات المجتمع. b2 يحلل ويقيم الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية المحلية والعربية والعالمية. b3 يميز بين المضامين والأشكال الإعلانية المختلفة في الإذاعة والتلفزيون. c1 يتقن التعامل مع الأجهزة الخاصة بإنتاج الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية. c2 يطبق القواعد الاحترافية في كتابة النصوص والسيناريو للإعلانات الإذاعية والتلفزيونية.



d1 يجيد الاستفادة من برامج الحاسب التطبيقية والوسائط المتعددة في إنتاج إعلانات إذاعية وتلفزيونية.

٤. مخرجات التعلم المقصودة للمقر (CILOs) :

المعرفة والفهم:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (معرفة وفهم)	مخرجات البرنامج (معرفة وفهم)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
a1 يعرف مفاهيم ومبادئ الإعلان المسموع والمرئي وخطوات إنتاجه .	A1 - يحدد المصطلحات والمفاهيم والمبادئ والاتجاهات النظرية الخاصة بالإعلام الإذاعي والتلفزيوني وعلاقتها ببقية العلوم.
a2 يتمكن من معرفة التطورات الحديثة في مجال الإعلان المرئي لخلق رسائل إعلانية فاعلة.	A2 - يتمكن من معرفة التطورات الحديثة في مجال الاتصال والإعلام واستخداماتها في مجال الإذاعة والتلفزيون.

المهارات الذهنية:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (مهارات ذهنية)	مخرجات البرنامج (مهارات ذهنية)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
b1 - يبتكر أفكار إعلانات إذاعية وتلفزيونية تتلاءم مع عادات ورغبات المجتمع.	B1 - يبتكر أفكاراً إبداعية لمختلف البرامج الإذاعية والتلفزيونية والدرامية ، قابلة للتنفيذ والإنتاج وتلبي حاجات المجتمع ورغبة الجمهور بمختلف فئاته.
b2 يحلل ويقيم الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية المحلية والعربية والعالمية.	B2- يحلل وينقد واقع الإعلام الإذاعي والتلفزيوني في علاقته بالمجتمع والظواهر الاجتماعية المختلفة.
b3 يميز بين المضامين والأشكال الإعلانية المختلفة في الإذاعة والتلفزيون.	B3- يميز بدقة بين المضامين والأشكال البرمجية المختلفة وأساليب إنتاجها في الإذاعة والتلفزيون والإعلام متعدد الوسائط.

المهارات العملية والمهنية:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (مهارات عملية ومهنية)	مخرجات البرنامج (مهارات عملية ومهنية)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
c1 يتقن التعامل مع الأجهزة الخاصة بإنتاج الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية.	C1 - يتقن التعامل مع الأجهزة والتقنيات الخاصة في مجال الإعداد والتقديم والإخراج والتصوير والمونتاج والإنتاج للإذاعة والتلفزيون.
c3 يطبق القواعد الاحترافية في كتابة النصوص والسيناريو للإعلانات الإذاعية والتلفزيونية.	C3- يوظف القواعد الاحترافية في كتابة النصوص البرمجية الإذاعية والتلفزيونية والدراما.

المهارات العامة:



يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر	
مخرجات المقرر (مهارات عامة)	مخرجات البرنامج (مهارات عامة)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
D3 جيد الاستفادة من برامج الحاسب التطبيقية والوسائط المتعددة في إنتاج إعلانات إذاعية وتلفزيونية.	D3- يتعامل بمهارة مع الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات والوسائط المتعددة.

٥. ربط مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقييم		
أولاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<p>a1 يعرف مفاهيم ومبادئ الإعلان المسموع والمرئي وخطوات إنتاجه.</p> <p>a2 يتمكن من معرفة التطورات الحديثة في مجال الإعلان المرئي لخلق رسائل إعلانية فاعلة.</p>	<p>المحاضرة والعرض العلمي الحوار والمناقشة. كتابة الملاحظات. التعلم الذاتي.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● اختبار نصفي. ● اختبار نهائي. ● تقييم التكاليف. ● الاختبارات الشفهية

ثانياً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<p>b1 - يبتكر أفكار إعلانات إبداعية إذاعية وتلفزيونية تتلاءم مع عادات ورغبات المجتمع.</p> <p>b2 يحلل ويقيم الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية المحلية والعربية والعالمية.</p> <p>b3 يميز بين المضامين والأشكال الإعلانية المختلفة في الإذاعة والتلفزيون.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● المحاضرة والعروض التقديمية. ● الحوار والمناقشة. ● التوضيح والشرح المباشر ● العصف الذهني. 	<ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات الشفهية. ● تقييم التكاليف. ● اختبار ● الملاحظة. ● اختبار نهائي.

ثالثاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<p>c1 يتقن التعامل مع الأجهزة الخاصة بإنتاج الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية.</p> <p>c3 يطبق القواعد الاحترافية في كتابة النصوص والسيناريو</p>	<p>التعلم الذاتي.</p> <p>التدريب الفردي.</p> <p>عمل مشاريع مصغرة</p> <p>التعلم التعاوني</p> <p>العرض العلمي والمحاضرة</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● تقييم التكاليف. ● تقييم الأداء. ● الاختبارات التحريرية ● الاختبارات الشفهية



		للإعلانات والإذاعية والتلفزيونية.
--	--	--------------------------------------

رابعاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<ul style="list-style-type: none"> d3 جيد الاستفادة من برامج الحاسب التطبيقية والوسائط المتعددة في إنتاج إعلانات إذاعية وتلفزيونية. 	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات. حل المشكلات. عصف ذهني التعلم الذاتي 	<ul style="list-style-type: none"> تقييم التكاليف. تقييم الأداء. الاختبارات التحريرية الاختبارات الشفهية الملاحظة.

٦. كتابة مواضيع المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

كتابة وحدات /مواضيع محتوى المقرر					
أولاً: الجانب النظري					
الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	مخرجات تعلم المقرر
1	مفهوم الإعلان الإذاعي والتلفزيوني ونشأته وتطوره	- البدايات الأولى للإعلان - الإعلان في وسائل الاتصال الجماهيرية - الإعلان في الإذاعة والتلفزيون - تعريف الإعلان	1	3	a1+a2
2	أهمية الإعلان في الإذاعة والتلفزيون وأهدافه ووظائفه	- الأهمية من حيث الجمهور والوسيلة والمعلن - الأهداف التعليمية والإعلامية - الأهداف التسويقية - الأهداف الثقافية - وظائف الإعلان	1	3	a1+a2+b1+b2+b3
3	أطراف العملية الإعلانية في الإذاعة والتلفزيون	- المعلن - وكالة الإعلان - الوسيلة الإعلامية وخصائصها - الرسالة الإعلانية - الجمهور المستهدف من الإعلان	1	3	a1+a2+b1+b2+b3



$a1+a2+b1+b2+b3+c1+c3+d3$	2	1	- الإعلان الخدمي والسلي (التجاري) - الإعلان من حيث الشكل - الإعلان من حيث المضمون - الإعلان من حيث العرض	أنواع الإعلان الإذاعي والتلفزيوني	4
$a1+a2+b1+b2+b3+c1+c3+d3$	2	1	- نوع الاستمالة الأوتار وتشمل: - الجمال - الطبيعة - التوفير - القوة - المكانة الاجتماعية - الانتماء - الاجتماعي - الصحة - الأمان - التفرد .. الخ ...	الإستمالات والأوتار الإعلانية في الرسالة المسموعة والمرئية	5
$b1+b2+b3+c1+c3$	2	1	- تحديد الفكرة - كتابة النص - السيناريو - متطلبات الإنتاج - التنفيذ	كتابة وتصميم الإعلان الإذاعي	6
$b1+b2+b3+c1+c3+d3$	4	2	- تحديد الفكرة - كتابة النص - السيناريو - متطلبات الإنتاج - التنفيذ	كتابة وتصميم الإعلان التلفزيوني	7+8
$a1+a2+b1+b2+b3+c1+c3+d3$	2	1	- التعرض - الانتباه - الاهتمام - جمع المعلومات - التفكير في الشراء - اتخاذ قرار الشراء - تعزيز الثقة	مراحل إدراك الجمهور للإعلان	9
$a1+a2+b1+b2+b3+c1+c3$	4	2	- تعريف الحملة - أساليب الحملة - خطوات الحملة (دراسة الموقف، جمع المعلومات - تحديد الأهداف - تحديد الجمهور - تحديد الوسائل - تحديد الموازنة - تقييم الحملة)	الحملة الإعلانية في الإذاعة والتلفزيون	10+11
$a1+a2+b1+b2+b3+c1+c3$	2	1	- أنواع إعلان الويب - مميزات الإعلان في الويب - متطلبات إنتاج الإعلان في الويب - مستقبل الإعلان في الويب	الإعلان في الإنترنت	12



$a1+a2+b1+b2+b3+c1+c3$	2	1	- تجنب الإعلان عن السلع المحظورة من المسكرات والإدمان والمنشطات الجنسية. - الالتزام بالمعايير المهنية عند تصميم الإعلان	الأخلاقيات المهنية عند إنتاج الإعلان	13
$a1+a2+b1+b2+b3+c1+c3$	-	1		تطبيق عملي	14
	29	13	إجمالي الأسابيع والساعات		

ثانياً: الجانب العملي:				
تكتب (مواضيع) العملي				
مخرجات التعلم	الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	التجارب العملية	الرقم
$c1+c3+d3$	2	1	تطبيق على تحليل ونقد أنواع وأشكال الإعلان.	4
$c1+c3+d3$	2	1	تدريب على وضع الاستمالة والأوتار الإعلانية المختلفة للإعلان	5
$c1+c3+d3$	2	1	تدريب على كتابة نصوص إعلانية إذاعية	6
$c1+c3+d3$	4	2	تدريب على كتابة نصوص إعلانية تليفزيونية	7+8
$c1+c3+d3$	2	1	إجراء استطلاعات حول الإعلانات ومدى تذكرها	9
$c1+c3+d3$	4	2	تصميم لحملة إعلانية حول سلعة أو توعية بشكل مجموعات	10+11
$c1+c3+d3$	2	1	تصميم إعلانات للويب	12
$c1+c3+d3$	2	1	تقييم الإعلانات التي قام بإنتاجها الطلاب	13
	6	1	تطبيق عملي على ما سبق	14
	٢٦		إجمالي الأسابيع والساعات	



٧. استراتيجية التدريس:

١. المحاضرة والعرض العلمي
٢. العصف الذهني
٣. الحوار والنقاش داخل الصف
٤. التدريبات العملية والتعاونية.
٥. العروض التقديمية
٦. التدريب الفردي
٧. عمل مشاريع مصغرة
٨. أسلوب حل المشكلات
٩. العمل الجماعي التعاوني

٨. الأنشطة والتكليفات:

الرقم	النشاط / التكليف	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
١	تحليل وتقييم إعلان إذاعي أو تليفزيوني حسب استمارة التحليل	a1+a2+b1+b2+b3 +c1+c3+d3	٨-٥	٥
٢	كتابة إعلان إذاعي ونتاجه		٨-٦	٥
٣	كتابة نص تليفزيوني ونتاجه		١٠-٨	٥
٤	تصميم تصور لحملة إعلانية		١٢-١١	٥
٢٠				

٩. تقييم التعلم:

الرقم	أنشطة التقييم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الواجبات / الأنشطة / التكاليف	14-9	20	20%	a1+a2+b1+b2+b3 +c1+c3+d3
2	مشاركة	15-1	10	10%	a1+a2+b1+b2+b3 +c1+c3+d3
3	اختبار نصفي	7	10	10%	a1+a2+b1+b2+b3 +c1+c3
4	الاختبار النهائي	16	60	60%	a1+a2+b1+b2+b3 +c1+c3
	المجموع		100	100%	

١٠. مصادر التعلم:

(اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).

المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)



١. عصام الدين فرج، (٢٠٠٤م) أسس الإعلان، مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات: القاهرة.
٢. عبد الباسط الحطامي، (٢٠٢٠) مدخل لفنون الإعلان الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الجامعي: صنعاء.

المراجع المساعدة

- ١- عصام الدين فرج، إعلانات الراديو والتلفزيون، (٢٠٠٤م) مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات: القاهرة.
- ٢- منى الحديدي، (٢٠٠٢) الإعلان، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.
- ٣- محمد النذير، (٢٠٢٠) أسس الإعلان، مكتبة المتنبي: الدمام.
- 4- Jack Engle, (2002) Advertising the Process and Practice. New Delhi.
- ٥- الياسي جميل، خالد شاكر، (٢٠٠٢) إدارة الإعلان واقتصادياته، مركز القاهرة للتعليم المفتوح: القاهرة.
- ٦- إسماعيل السيد، (٢٠٠٢) الإعلان، الدار الجامعية: الإسكندرية.

مواد إلكترونية وإترنت: (إن وجدت)

-



١١. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
١	سياسية الحضور للمحاضرة ، ومتى يعتمد الغياب ونسبته : تحددها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر: طبقاً للمادة (٢١) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (٧٥%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية.
٢	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
٣	ضوابط الامتحانات: ❖ السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر: طبقاً للمادة (٤٥) من لائحة شئون الطلاب يطبق الآتي: ١- عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر. ٢- لا يسمح بمغادرة الاختبار من القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة.
٤	التكليفات / المهام والمشاريع: في حال تأخر التكاليف والمشاريع ومتى تسلم لأستاذ المقرر: يحدد سياسة ذلك القسم العلمي.
٥	الغش: يعاقب الطالب إذا غش في المقرر طبقاً للمادة (٧٢) من لائحة شئون الطلاب بإحدى العقوبات التالية: ١- إلغاء اختبار الطالب في المقرر. ٢- الحرمان من الاختبار في مقرر أو أكثر (حسب ما تحدده لجنة العقوبات بالكلية).
٦	الانتحال: يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية طبقاً للمادة (٧٩) من لائحة شئون الطلاب.
٧	سياسات أخرى: مثل استخدام الموبايل أو ... الخ : يتم اتخاذها من أستاذ المقرر حسب لائحة شئون الطلاب.



خطة مقرر مادة/ الإعلان المسموع والمرئي

١. معلومات عن مدرس المقرر:							
الاسم			د. عبد الباسط محمد الحطامي				
المكان ورقم الهاتف			صنعاء- ٧٧٠٤٧١٤٢٤				
البريد الإلكتروني			abmm20012000@yahoo.com				
الساعات المكتبية (٣ / أسبوعيا)		الاثنين		الثلاثاء		الأربعاء	
الخميس							

٢. معلومات عامة عن المقرر: الإعلان المسموع والمرئي						
اسم المقرر:			الإعلان المسموع والمرئي Audio-Visual Advertising			
رمز المقرر ورقمه:			R.TV.476			
الساعات المعتمدة للمقرر:			الساعات			
			نظري		عملي	
			تدريب		المجموع	
			٢		١	
			-		٣	
المستوى والفصل الدراسي:			المستوى الدراسي الرابع- الفصل الاول			
المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):			الكتابة للإذاعة والتلفزيون			
المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):			-			
البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:			بكالوريوس الإذاعة والتلفزيون			
لغة تدريس المقرر:			اللغة العربية			
مكان تدريس المقرر:			كلية الإعلام			

٣. وصف المقرر الدراسي:						
يهدف هذا المقرر إلى إكساب الطالب معارف ومهارات عن الإعلان الإذاعي والتلفزيوني حيث يتضمن: مفهوم الإعلان المسموع والمرئي ونشأته وتطوره وأهميته وأهدافه ووظائفه، وكذلك المعلن ووكالات الإعلان ووسائله وخصائص الجمهور المستهدف، ويتضمن المقرر أنواع الإعلان من حيث الشكل والمضمون والعرض ومراحل إنتاجه في الإذاعة والتلفزيون، كما يتدرب الطالب على تصميم الإعلان المسموع والمرئي من خلق الفكرة الإبداعية وكتابة النص والسيناريو وتنفيذه مستخدما القيم والأوتار الإعلانية المناسبة وفهم الأبعاد النفسية والاجتماعية الاقتصادية والقدرة الشرائية للجمهور حتى يتمكن من إنتاج رسالة إعلانية فاعلة. ويشمل المقرر التعريف بالحملة الإعلانية وأساليبها وخطوات تنفيذها، وكذلك الإعلان في الويب وأهم الخصائص التي تميزه.						



٤. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر: Course Intended Learning Outcome

- a1 يعرف مفاهيم ومبادئ الإعلان المسموع والمرئي وخطوات إنتاجه .
a2 يتمكن من معرفة التطورات الحديثة في مجال الإعلان المرئي لخلق رسائل إعلانية فاعلة.
b1 - يبتكر أفكار إعلانات إبداعية إذاعية وتليفزيونية تتلاءم مع عادات ورغبات المجتمع.
b2 يحلل ويقيم الإعلانات الإذاعية والتليفزيونية المحلية والعربية والعالمية.
b3 يميز بين المضامين والأشكال الإعلانية المختلفة في الإذاعة والتليفزيون.
c1 يتقن التعامل مع الأجهزة الخاصة بإنتاج الإعلانات الإذاعية والتليفزيونية.
c2 يطبق القواعد الاحترافية في كتابة النصوص والسيناريو للإعلانات الإذاعية والتليفزيونية.
d1 يجيد الاستفادة من برامج الحاسب التطبيقية والوسائط المتعددة في إنتاج إعلانات إذاعية وتليفزيونية.

٥. كتابة وحدات /مواضيع محتوى المقرر

أولاً: الجانب النظري

الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	اسبوع التنفيذ	الساعات الفعلية
1	مفهوم الإعلان الإذاعي والتليفزيوني ونشأته وتطوره	- البدايات الأولى للإعلان - الإعلان في وسائل الاتصال الجماهيرية - الإعلان في الإذاعة والتليفزيون - تعريف الإعلان	W1	٣
2	أهمية الإعلان في الإذاعة والتليفزيون وأهدافه ووظائفه	- الأهمية من حيث الجمهور والوسيلة والمعلن - الأهداف التعليمية والإعلامية - الأهداف التسويقية - الأهداف الثقافية - وظائف الإعلان	W2	٣
3	أطراف العملية الإعلانية في الإذاعة والتليفزيون	- المعلن - وكالة الإعلان - الوسيلة الإعلامية وخصائصها - الرسالة الإعلانية - الجمهور المستهدف من الإعلان	W3	٣
4	أنواع الإعلان الإذاعي والتليفزيوني	- الإعلان الخدمي والسلعي (التجاري) - الإعلان من حيث الشكل - الإعلان من حيث المضمون - الإعلان من حيث العرض	W4	٢
5	الإستimalات والأوتار الإعلانية في الرسالة المسموعة والمرئية	- نوع الاستمالة - الأوتار وتشمل:	W5	2



		- الجمال - الطبيعة - التوفير - القوة - المكانة الاجتماعية - الانتماء الاجتماعي - الصحة - الآمان - التفرد .. الخ ...		
2	W6	- تحديد الفكرة - كتابة النص - السيناريو - متطلبات الإنتاج - التنفيذ	كتابة وتصميم الإعلان الإذاعي	6
3	W7	-	اختبار نصفي	7
4	W8+9	- تحديد الفكرة - كتابة النص - السيناريو - متطلبات الإنتاج - التنفيذ	كتابة وتصميم الإعلان التلفزيوني	8
2	W10	- التعرف - الانتباه - الاهتمام - جمع المعلومات - التفكير في الشراء - اتخاذ قرار الشراء - تعزيز الثقة	مراحل إدراك الجمهور للإعلان	9
4	W11+12	- تعريف الحملة - أساليب الحملة - خطوات الحملة (دراسة الموقف، جمع المعلومات - تحديد الأهداف - تحديد الجمهور - تحديد الوسائل - تحديد الموازنة - تقييم الحملة)	الحملات الإعلانية في الإذاعة والتلفزيون	10
2	W13	- أنواع إعلان الويب - مميزات الإعلان في الويب - متطلبات إنتاج الإعلان في الويب - مستقبل الإعلان في الويب	الإعلان في الإنترنت	12
2	W14	- تجنب الإعلان عن السلع المحظورة من المسكرات والإدمان والمنشطات الجنسية. - الالتزام بالمعايير المهنية عند تصميم الإعلان	الأخلاقيات المهنة عند إنتاج الإعلان	13
-	W15		تطبيق عملي	14
3	W16	-	الاختبار النهائي	15
35	15	إجمالي الأسابيع والساعات		



ثانياً: الجانب العملي:			
تكتب (مواضيع) العملي ٤			
الرقم	التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
4	تطبيق على تحليل ونقد أنواع وأشكال الإعلان.	W4	2
5	تدريب على وضع الاستمالة والأوتار الإعلانية المختلفة للإعلان	W5	2
6	تدريب على كتابة نصوص إعلانية إذاعية	W6	2
7	تدريب على كتابة نصوص إعلانية تليفزيونية	W8+9	4
8	إجراء استطلاعات حول الإعلانات ومدى تذكرها	W10	2
9	تصميم لحملة إعلانية حول سلعة أو توعوية بشكل مجموعات	W11+12	4
10	تصميم إعلانات للويب	W13	2
11	تقييم الإعلانات التي قام بانتاجها الطلاب	W14	2
12	تطبيق عملي على ما سبق	W15	6
	إجمالي الأسابيع والساعات		26

٦. استراتيجيات التدريس	
١.	المحاضرة والعرض العلمي
٢.	العصف الذهني
٣.	الحوار والنقاش داخل الصف
٤.	التدريبات العملية والتعاونية.
٥.	العروض التقديمية
٦.	التدريب الفردي
٧.	عمل مشاريع مصغرة
٨.	أسلوب حل المشكلات
٩.	العمل الجماعي التعاوني

٧. الأنشطة والتكليفات:			
الرقم	النشاط / التكليف	الأسبوع	الدرجة
١	تحليل وتقييم إعلان إذاعي أو تليفزيوني حسب استمارة التحليل	٨-٥	٥
٢	كتابة إعلان إذاعي وانتاجه	٨-٦	٥
٣	كتابة نص تليفزيوني وانتاجه	١٠-٨	٥
٤	تصميم تصور لحملة إعلانية	١٢-١١	٥
	الإجمالي		٢٠



٨. تقييم التعلم:				
الرقم	أنشطة التقييم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي
1	الواجبات / الأنشطة / التكاليف	14-9	٢٠	2٠%
2	مشاركة	15-1	10	10%
3	اختبار نصفي	7	10	10%
4	الاختبار النهائي	16	60	60%
المجموع			100	100%

٩. مصادر التعلم:	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين) Textbooks-not more than 2	
١. عصام الدين فرج، (٢٠٠٤م) أسس الإعلان، مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات: القاهرة.	
٢. عبد الباسط الحطامي، (٢٠٢٠) مدخل لفنون الإعلان الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الجامعي: صنعاء.	
المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) Essential References-not less than 4	
١- عصام الدين فرج، إعلانات الراديو والتلفزيون، (٢٠٠٤م) مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات: القاهرة.	
٢- منى الحديدي، (٢٠٠٢) الإعلان، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.	
٣- محمد النذير، (٢٠٢٠) أسس الإعلان، مكتبة المتنبى: الدمام.	
4- Jack Engle, (2002) Advertising the Process and Practice. New Delhi.	
٥- الياسي جميل، خالد شاكر، (٢٠٠٢) إدارة الإعلان واقتصادياته، مركز القاهرة للتعليم المفتوح: القاهرة.	
٦- إسماعيل السيد، (٢٠٠٢) الإعلان، الدار الجامعية: الإسكندرية.	
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites	
-	

١٠. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
١	سياسية الحضور للمحاضرة ، ومتى يعتمد الغياب ونسبته : تحددها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر: طبقاً للمادة (٢١) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (٧٥%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية.
٢	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
٣	ضوابط الامتحانات: ❖ السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر: طبقاً للمادة (٤٥) من لائحة شئون الطلاب يطبق الآتي: ١- عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر. ٢- لا يسمح بمغادرة الاختبار من القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة.



٤	التكليفات / المهام والمشاريع: في حال تأخر التكاليف والمشاريع ومتى تسلم لأستاذ المقرر: يحدد سياسة ذلك القسم العلمي.
٥	الغش: يعاقب الطالب إذا غش في المقرر طبقاً للمادة (٧٢) من لائحة شئون الطلاب بإحدى العقوبات التالية: ١- إلغاء اختبار الطالب في المقرر. ٢- الحرمان من الاختبار في مقرر أو أكثر (حسب ما تحدده لجنة العقوبات بالكلية).
٦	الانتحال: يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية طبقاً للمادة (٧٩) من لائحة شئون الطلاب.
٧	سياسات أخرى: مثل استخدام الموبايل أو ... الخ : يتم اتخاذها من أستاذ المقرر حسب لائحة شئون الطلاب.