

عنوان الماستر: تسويق
السداسي: الثاني
اسم الوحدة: وحدة تعليم استكشافية
الرمز: : وت إس 2.1
اسم المادة: هندسة وتصميم الاعلان
الرصيد: 02
المعامل: 02

أهداف التعليم:

- 1- التعرف على مفهوم ونشأة ووظائف الإعلان.
- 2- التعرف على أساليب تصميم الإعلانات.
- 3- التعرف على كيفية إدارة حملة إعلانية واستخدام الوسيلة المناسبة.

المعارف المسبقة المطلوبة : يجب أن يكون الطالب مطلعاً و متحكماً في أساسيات التسويق 1 و2، الاتصالات التسويقية المتكاملة.

محتوى المادة:

- 1- ماهية الترويج (مفهوم المزيج الترويجي، عناصره)
- 2- الإعلان: أسس ومفاهيم (المفهوم، التطور، الأهمية والوظائف،)
- 3- وسائل الإعلان وأنواعه (إيجابيات، سلبيات)
- 4- الإعلان الالكتروني (المفهوم، الأنواع، المتطلبات، الأخلاقيات)
- 5- بحوث الإعلان وسلوك (الإعلان وسلوك المستهلك، خطوات، أساليب، مجالات، تقييم)
- 6- إدارة الإعلان (استراتيجية الإعلان، وظائف، ضوابط وأخلاقيات الإعلان)
- 7- التخطيط الإعلاني (مفهوم وأنواع الحملات، مراحل وأساليب، التنفيذ والتقييم)
- 8- الرسالة الإعلانية (مفهوم وأنواع الرسائل الإعلانية، خطوات تصميمها، مكوناتها،)
- 9- فن تصميم وإخراج الإعلان (مراحل ومتطلبات، أساليب، النصوص والألوان والصور، صيغ الإعلان، الشعارات)
- 10- بناء الميزانية الإعلانية (التخطيط، قياس التكلفة، التحديات)
- 11- الوكالات الإعلانية (مفهوم، أنواع، معايير الاختيار)

• التقييم في الأعمال الموجهة:

- الفروض (8ن)؛
- العمل الشخصي (8ن)؛
- الالتزام (4ن).

طريقة التقييم:

تقيم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي
للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع: (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

علي الزعبي، عبد العزيز أبو نبعة(2014)، هندسة الإعلان الفعال، دار الكتب الجامعي، عمان
- قحطان العبدلي، سمير العبدلي()، الإعلان والترويج، دار زهران، عمان

- Chris Hackley(2005); Advertising and Promotion; Sage Publication,
New Delhi

- سامي عبد العزيز، صفوت العالم(2004)، مقدمة في الإعلان، مركز التعليم المفتوح لجامعة
القاهرة،