الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	**QF05/0408-3.0**

الكلية	الاعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	التطبيقات العملية في الاعلان	رقم المادة	504333
الساعات المعتمدة	3	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	ادارة التسويق

الوصف المختصر للمادة:

يركز هذا المساق على الجوانب التطبيقية للنشاط الإعلاني بالشكل الذي يبرزه كمهنة لها أصولها وقواعدها، بالإضافة الى تنمية وتطوير مهارات الطالب في مجال التصميم الفني للإعلان وإبراز قدراته الإبداعية وذلك من خلال إعطاءه الواجبات والتطبيقات الميدانية وتكليفه بتقديم مشاريع إعلانية إبداعية ريادية لمنتجات مقترحة

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	تعريف وافهام الطالب لمفهوم الاعلان وانعكاساته وتطبيقاته في الحياة اليومية.
مخرجات التعلم للهدف الاول	1-1 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة. 1-2 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي.
الهدف الثاني	تعريف وافهام الطالب لدور الاعلان في المزيج الترويجي والتسويقي لمنظمات الاعمال .
مخرجات التعلم للهدف الثاني	2-3 تمكين الطالب من معرفة وفهم مباديء وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق. 2-4 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا و تحريريا في حقول ومجالات بحوث التسويق.
الهدف الثالث	تطوير المعرفة لدى الطالب بوسائل الاعلان المختلفة مع تطبيقاتها العملية وكذلك كيفية فهم فاعلية الاعلان .
مخرجات التعلم للهدف الثالث	3-4 ان يكون للطالب قدرات ومهارات التواصل الفعال، شفويا و تحريريا في حقول ومجالات بحوث التسويق. 3-7 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة
الهدف الرابع	تعزيز قدرة الطالب العلمية والعملية على تطوير وتخطيط الحملات الاعلانية المتكاملة وكذلك كيفية تصميم الاعلانات الفعالة .
مخرجات التعلم	2.4 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي.

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0

للهدف الرابع	5.4 ان يكون للطالب القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الاهداف المنشودة.
الكتاب المعتمد:	العلاق: بشير (2008) تطبيقات عملية في الاعلان . جامعة الزيتونة الاردنية .
المراجع العلمية:	1-Bursk,N(2007) reality Advertising " Prentice-Hall,N J . USA 2- Dichter, E(2007) Applied Advertising " MCGraw-The U K .

التوزيع الزمني				
الاسبوع	عدد الساعات		الصفحات في الكتاب المعتمد	ملاحظات
2+1	1 1 1	مفهوم الاعلان . الاهمية الاقتصادية والاجتماعية للاعلان .	24-27	
4+3	1 1 1	أهداف الاعلان الانواع المختلفه للاعلان .	33-56	
4+3	1 1 1	الاعلان والمزيج التسويقي .	156-113	
5	1 1 1	المزيج الاعلاني	113-123	
8+7+6	1 1 1	تخطيط الحمله الاعلانية .	217-236	
10+9	1 1 1	وسائل الاعلان	239-383	
11	1	الاعلان عن طريق الانترنت	307-313	

QF05/0408-3.0	الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق

	1 1			
13+12	1 1 1	الاستراتيجية الابتكارية للاعلان .	333-381	
14	1 1 1	تقييم الاعلان	ص 413-431	

طريقة التقييم للمواد النظرية	المشاركة = 10% الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي =50%	طريقة التقييم للمواد العملية	اعمال الفصل = 50% (تقارير، أبحاث، امتحانات يومية) الامتحان النهائي = 50%

اعتمدت من قبل رئيس القسم		تاريخ الاعتماد	

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعبأ من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة	د.ديمة الدجاني	رقم المكتب	132
الهاتف الداخلي	106	البريد الالكتروني	_d.aldajani@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية	ح ث خ 1-12		