

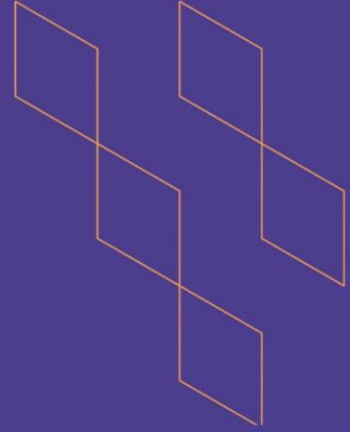


2023

TP-153



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



اسم المقرر: وكالات الإعلان
رمز المقرر: 7479301
البرنامج: بكالوريوس الاتصال الاستراتيجي
القسم العلمي: الاتصال والإعلام
الكلية: الآداب
المؤسسة: جامعة الملك فيصل
نسخة التوصيف: 3
تاريخ آخر مراجعة: 4 فبراير 2024م



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 3
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: 3
- ج. موضوعات المقرر 5
- د. أنشطة تقييم الطلبة 5
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 5
- و. تقويم جودة المقرر: 6
- ز. اعتماد التوصيف: 6



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3)

2. نوع المقرر

أ	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (--)

4. الوصف العام للمقرر

مفهوم وكالات الإعلان ونشأتها وتطورها. مهام ووظائف وكالة الإعلان. وكالة الإعلان بوصفه منتجاً، ووسيط. إنتاج الإعلان وتسويقه. القواعد المنظمة لعمل وكالات الإعلان. مواثيق الشرف الإعلاني. التحديات التي تواجه وكالات الإعلان والإنتاج الإعلاني (سياسية، اقتصادية، اجتماعية وثقافية). وكالات الإعلان في المجتمعات الرأسمالية، والمجتمعات النامية

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر لا يوجد

لا يوجد

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر لا يوجد

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

- التعرف على مفهوم الوكالات الإعلانية وعوامل ظهورها وأنواعها.
- تحديد وظائف الوكالات الإعلانية والخدمات التي تقدمها.
- توضيح أسس تنظيم ومعايير اختيار الوكالة الإعلانية

2. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	11 34	25% 75%
4	التعليم عن بعد	45	100

2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات حضورية	11	25%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		



		دروس إضافية	4
75%	34	أخرى (محاضرات مسجلة)	5
100%	45	الإجمالي	

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
المعرفة والفهم				
1.0				
1.1	أن يحدد الطالب مفهوم الوكالات الإعلانية وعوامل ظهورها وأنواعها.	1.1(P)	المحاضرة/ العصف الذهني	الاختبار الشفوي والتحريري
1.2	أن يعدد الطالب وظائف الوكالات الإعلانية والخدمات التي تقدمها.	1.1(P)	المناقشة /دراسة الحالة/ المحاكاة	مشاركة (تفاعل) الطالب المستمر داخل القاعة.
1.3	أن يوضح الطالب أسس تنظيم ومعايير اختيار الوكالة الإعلانية	1.1(P)	المحاضرة/الحوار والمناقشة التعلم التعاوني/ العروض	الاختبار الشفوي والتحريري مشاركة (تفاعل) الطالب المستمر داخل القاعة
المهارات				
2.0				
2.1	أن يحلل الطالب وظائف الوكالات الإعلانية.	2.2 (P)	دراسة الحالة/المحاضرة التكاليفات/ المناقشة والحوار العصف الذهني	الاختبار الشفوي والتحريري
2.2	أن يحكم الطالب على أداء وكالات الإعلان.	2.2 (P)	المحاضرة/ العصف الذهني المناقشة /دراسة الحالة/ المحاكاة	مشاركة (تفاعل) الطالب المستمر داخل القاعة
القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.0				
3.1	ان يصنف الطالب تأثير الوكالات على النشاط الإعلاني	3.1(P)	المحاضرة/الحوار والمناقشة التعلم التعاوني/ العروض	الاختبار الشفوي والتحريري مشاركة (تفاعل) الطالب المستمر داخل القاعة
3.2				
3.3				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	تعريف وكالات الإعلان وأهميتها وأنواعها	3
2	تأثير وكالات الإعلان على سلوك المستهلك	3
3	العلاقة بين وكالات الإعلانات و التسويق	3
4	توظيف وكالات الإعلانات في إنشاء حملات ذات تأثير	3
5	توظيف وكالات الإعلانات في إنشاء حملات ذات تأثير	3
6	أسباب التغيير في اتجاهات المستهلك	3
7	أسباب التغيير في اتجاهات المستهلك	3
8	وكالات الإعلانات و العلامة التجارية	3
9	إدارة وتنظيم وكالات الإعلانات	3
10	نماذج وكالات الإعلانات عالمية	3
11	نماذج وكالات الإعلانات عالمية	3
12	تحليل وقياس وتقييم فاعلية أداء وكالات الإعلان	3
13	تحليل وقياس وتقييم فاعلية أداء وكالات الإعلان	3
14	نماذج تحليلية	3
15	عروض ونقاشات	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	واجبات وتمارين	خلال الفصل الدراسي	10%
2	اختبار قصير	خلال الفصل الدراسي	10%
3	المشروع	خلال الفصل الدراسي	10%
4	الاختبار النهائي	أسبوع الاختبارات	70%

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره).

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

على الزغبي (2019) إدارة الاعلان مفاهيم واستراتيجيات معاصرة، اليازوري

المراجع الرئيس للمقرر

<ul style="list-style-type: none"> - سامي عبدالعزيز، سلوي العوادلي(2009) ادارة الاعلان و اقتصادياته، مركز التعليم المفتوح بجامعة القاهرة. - فاتن رشاد(2009: إدارة الإعلان و اقتصادياته، القاهرة: الدارالعربية للنشر والتوزيع - قحطان بدر-العبدلي، سمير عبد الرزاق العبدلي (2019) وكالات الإعلان، زهران للنشر 	المراجع المساندة
	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعات دراسية مجهزة، وتتوافر فيها الأجهزة المناسبة أذناه.	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
جهاز كمبيوتر . اتصال بالإنترنت.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر استبيان	الطلاب	فاعلية التدريس
مباشر	لجنة الجودة في البرنامج	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر استبيان	الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر تقرير المقرر	أعضاء هيئة التدريس	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جبهة الاعتماد	قسم الاتصال والإعلام
رقم الجلسة	25



1445/11/15 هـ

تاريخ الجلسة

