



# توصيف المقرر الدراسي

## (بكالوريوس)

اسم المقرر: الإعلان والترويج
رمز المقرر: 25251 تسك
البرنامج: التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: العلوم الإدارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة بيشة
نسخة التوصيف: 2
تاريخ آخر مراجعة: 27-8-2023





### جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ..... 3
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ..... 4
- 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: (2)

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: ( السنة الثانية المستوى الثاني )

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر بالدراسة مفهوم وفوائد وأهداف الترويج، وكذا عناصر المزيج الترويجي وأهمية وأنواع الإعلانات التجارية، الإعلان الفعال من خلال استعمال النموذج الإدراكي والدائرة الذهبية لقياس فعالية الإعلان، الفرق بين الإعلان والدعاية، البيع الشخصي، العلاقات العامة وطرق الترويج للمبيعات.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

مقرر مبادئ التسويق

6- المتطلبات المترامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

إدراك الطلبة لأهمية البالغة للإعلان ومن ثم باقي عناصر المزيج الترويجي في نجاح الأنشطة التسويقية للمنشأة، وكذا إظهار أنواع الإعلانات التجارية حسب الوظائف التي تؤديها في السوق، معرفة الطلبة للأدوات والعناصر المكونة للترويج وكيفية المفاضلة بينها.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	30	100%
2	التعليم الإلكتروني	/	/
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	/	/
4	التعليم عن بعد	/	/

### 3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30	100%
2	معمل أو إستوديو	/	/
3	ميداني	/	/
4	دروس إضافية	/	/
5	أخرى	/	/
الإجمالي		30	100%

### ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	معرفة الطالب للمفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالإعلان والترويج.	٣ع،١ع	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
1.2	الإلمام بالعوامل المحددة للمزيج الترويجي.	٢ع،١ع	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
2.0	المهارات			
2.1	مهارة تحديد نوع الإعلان حسب الوظيفة التي يؤديها.	٣م،٢م،١م	المحاضرة- المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
2.2	اكتساب دراية بخصائص الإعلانات التجارية الموجودة في السوق	١م	المحاضرة- المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
2.3	مهارة تحديد الهدف من تقديم الإعلان.	٣م	المحاضرة- المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	كفاءة تحديد الفروقات الأساسية بين الإعلان وباقي عناصر المزيج الترويجي	٣ق،١ق	واجبات جماعية	تقييم المشروع البحثي
3.2	القدرة على تحديد ميزانية الترويج الواجب اعتمادها.	٣ق،٢ق	التعليم التعاوني	تقديم عرض

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.3	القدرة على استخدام النموذج الإدراكي لقياس فعالية الإعلان.	ق ٣، ٤	البحوث والمشاركات	تقييم المشروع البحثي

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالإعلان والترويج	2
2	العوامل المحددة للمزيج الترويجي وعناصره	3
3	أهداف الترويج وإستراتيجياته	3
4	الإعلانات أهدافها خصائصها أنواعها	3
5	الفرق بين الإعلان والبيع الشخصي	3
6	الفرق بين الإعلان والدعاية	3
7	الفرق بين الإعلان والعلاقات العامة	3
8	الفرق بين الإعلان وتنشيط (الترويج) المبيعات	3
9	تحديد ميزانية الترويج	4
10	النموذج الإدراكي لقياس فعالية الإعلان	3
المجموع		30

### د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي أول .	الأسبوع السادس	15 %
2	اختبار فصلي ثاني	الأسبوع العاشر	15 %
3	واجبات + كويات + مشاركات.	خلال الفصل الدراسي	20 %
4	اختبار تحريري نهائي .	الأسبوع العشر	50 %

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

### هـ. مصادر التعلم والمرافق:

#### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

بشير عباس العلق، على محمد ربابعة، الترويج والإعلان التجاري: أسس، نظريات، تطبيقات/مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2002م	المرجع الرئيس للمقرر
ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج دار الحامد للنشر عمان الأردن الطبعة 02، 2010م	المراجع المساندة
كاسر ناصر المنصور، سلوك المستهلك مدخل الإعلان، دار المكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن الطبعة 01، 2006م	
Organizational Behavior: Griffn, Managing People and Organization (2009) By Gregory & Ricky W. Moorhead, Houghton mifflin.	



المصادر الإلكترونية
أخرى

## 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية مجهزة تتسع لـ 60 طالب أو طالبة وموصلة علي الانترنت.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	حاسب آلي، داتا شوا وسبورة ذكية.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	اقلام وورق .

## و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة + رئيس القسم + والتقييم الذاتي	مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
فاعلية طرق تقييم الطلاب	الطلبة - أعضاء هيئة التدريس - رئيس القسم	مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
مصادر التعلم	المراجع النظير - استاذ المقرر - الطلاب	مباشر عن طريق المقارنات المرجعية - وتحديث المراجع
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	استاذ المقرر - رئيس القسم	غير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
أخرى		

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

## ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	الكلية التطبيقية
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	30-8-2023