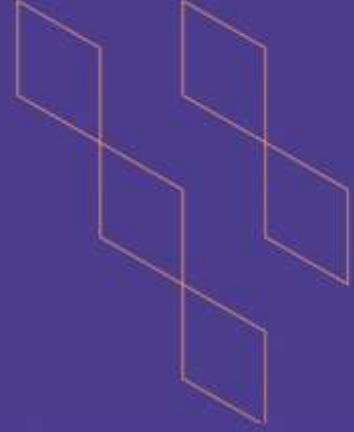




توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)



اسم المقرر: الترويج والاعلان
رمز المقرر: MARD 216
البرنامج: التسويق
القسم العلمي: وحدة البرامج الاقتصادية والادارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة المجمعة
نسخة التوصيف: ٢
تاريخ آخر مراجعة: ٢٠٢٣/١١/٢٣



جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ٣
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ٤
- ج. موضوعات المقرر ٥
- د. أنشطة تقييم الطلبة ٥
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: ٦
- و. تقويم جودة المقرر: ٦
- ز. اعتماد التوصيف: ٧



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (٣)

٢. 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			

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

٤. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر عناصر الاتصالات التسويقية من منظور متكامل، حيث تتيح هذه المعرفة للطلاب القدرة على البحث وتقييم الموقف التسويقي والترويجي للشركة واستخدام تلك المعلومات في إعداد استراتيجيات وبرامج ترويج وأعلان فعالة.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى مساعدة الطالب على:-

- التمييز والتفريق بين الاعلان والترويج.
- تزويد الطلاب بفهم أعمق للأساليب، المبادئ، المصطلحات المتعلقة بالترويج وبالاعلان.
- اكساب الطلاب مهارات عملية في تصميم وتطوير الاعلانات والترويج وأثرهما على المبيعات.
- تقرير الوسيلة الإعلامية المناسبة لاستخدامها في الاعلان.

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم التقليدي	٣	%١٠٠
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	التعليم المدمج		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
	<ul style="list-style-type: none"> التعليم التقليدي التعليم الإلكتروني 		
٤	التعليم عن بعد		

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٥	%١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى		
	الإجمالي	٤٥	%١٠٠

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	يوضح الفروق بين الإعلان والترويج والتسويق	٣ع	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات. المناقشات الجماعية 	<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات. المشاركة.
1.2	يشرح ما هي الإعلان وما هو الترويج وما هو الفرق بينهم	٣ع	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات. المناقشات الجماعية 	<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات. المشاركة.
2.0	المهارات			
2.1	يصمم إعلانات لبعض المنتجات	٣م	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات. النقاش. حالات عملية. 	<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات. المشاركة. الواجبات.
	يطبق الأسس العلمية لعملية الترويج.	٣م	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات. المناقشات الجماعية 	<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات. المشاركة. الواجبات.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			



الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.1	يعمل ضمن فريق عمل و يتحمل المسؤولية.	ق ٣	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات. المناقشات الجماعية 	<ul style="list-style-type: none"> الاختبارات. المشاركة. الواجبات.

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مدخل إلى إدارة الترويج.	٣
٢	الفرق بين الاعلان وتنشيط المبيعات والبيع الشخصي والعلاقات العامة	٦
٣	الترويج والعناصر الرئيسية للمزيج الترويجي	٦
٤	. الترويج وسلوك المستهلك.	٦
٥	مقدمة في إدارة الإعلان التجاري.	٣
٦	الأعلان والمستهلك	٦
٧	الدعاية والاعلان والتجارة الإلكترونية	٦
٨	مستقبل الإعلان	٦
٩	اختبار فصلي	٣
١٠		
المجموع		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	شرح ومشاركات جماعية	اسبوعيا	١٠%
٢	واجبات وتكليفات	اسبوعيا	٢٠%
٣	الاختبار الفصلي	٦	٣٠%
٤	الاختبار النهائي	١٢	٤٠%

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



هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

الدكتور قحطان بدر العبدلي والدكتور سمير عبد الرزاق العبدلي الترويج والأعلان، دار زهران للنشر والتوزيع، ٢٠١٣	المرجع الرئيس للمقرر
بشير العلاق، علي محمد ربابعة، الترويج والاعلان التجاري: اسس، نظريات، تطبيقات ؛ مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية، ٢٠٠٩	المراجع المساندة
مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال	المصادر الإلكترونية
https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/544	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة تتسع للطلاب المسجلين بالمقرر مجهزة بحاسب آلي مزود ببرنامج العروض باوربوينت MS PowerPoint، جهاز عرض (Projector).	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
• جهاز كمبيوتر مزود ببرنامج العروض (POWERPOINT) ؛ وبرنامج السيورة الذكية والبرامج الأخرى.	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيورة الذكية، البرمجيات)
لا يوجد	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
المراجعة الدورية للمقرر	قيادات البرنامج، المراجع النظير	فاعلية التدريس
تبادل الخبرات مع أعضاء هيئة التدريس في الجامعة	أعضاء هيئة التدريس في الجامعة وخارجها	فاعلية طرق تقييم الطلاب
مراجعة الشبكة الدولية (الإنترنت) والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والتكنولوجيا الحديثة	أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير	مصادر التعلم
مباشر – الاختبارات	مدرس المقرر	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:

	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

