

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب  
Education & Training Evaluation Commission



# توصيف المقرر الدراسي

## (بكالوريوس)

اسم المقرر: تصميم الإعلان Advertising Design
رمز المقرر: APGD1409
البرنامج: الدبلوم المتوسط في التصميم الجرافيكي والوسائط الرقمية
القسم العلمي: اكتب هنا
الكلية: العلوم التطبيقية
المؤسسة: جامعة أم القرى
نسخة التوصيف: 1
تاريخ آخر مراجعة: اكتب هنا



### 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: ثلاث ساعات معتمدة (ساعة نظري + ساعتان عملي)  
بواقع خمس ساعات اتصال (ساعة نظري + أربع ساعات عملي)

### 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 الأولى / المستوى الثاني)

### 4. الوصف العام للمقرر

يعني المقرر بدراسة مفهوم الإعلان من حيث الشكل والمضمون والمعنى، وأهمية الإعلان كوسيلة اتصال لإيصال الرسالة إلى الجمهور المستهدف. وكذلك التعرف على عناصر وأسس وأساليب تصميم الإعلان، وعلاقته سيكولوجياً بالجمهور المستهدف. بالإضافة إلى تصميم هوية بصرية لحملة إعلانية متكاملة، قد تكون توعوية، تجارية، ترفيهية، سياحية، ..... وغيرها.

### 5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

### 6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

### 7. الهدف الرئيس للمقرر

- التعرف على الإعلان وتاريخه، وأنواعه، وأساليبه المختلفة.
- الإلمام بكل ما يخص الإعلان في الشكل، المعنى، والمضمون.
- فهم علاقة الإعلان بالجمهور فسيولوجياً وسيكولوجياً.
- تجربة واقعية لأساليب تنفيذ حملة إعلانية متكاملة وتفعيلها على أرض الواقع.

### 2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	75	100%

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
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	15	20%
2	معمل أو إستوديو	60	80%
3	ميداني	-	-
4	دروس إضافية	-	-
5	أخرى	-	-
الإجمالي		75	100%

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

الرمز	نواتج التعلم	رموز نتائج التعلم المرتبطة بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يشرح المعارف والمفاهيم والنظريات المتعلقة بتصميم الإعلان.	ع1	المحاضرات النظرية	الاختبارات التحريرية
1.2	يناقش الأفكار الإعلانية مستخدماً المصطلحات وموضحاً الإجراءات والعمليات والأساليب والممارسات المتبعة.	ع1	الحوار والمناقشة	المناقشات الفردية والجماعية
2.0	المهارات			
2.1	يحل المشكلات بطرق ابتكارية من خلال تطبيق مهارات التفكير النقدي والتصميمي والإبداعي في مجال الإعلان.	م1	حل المشكلات	المشاريع العملية



الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.2	يواكب التطورات التكنولوجية في مجال الإعلان باستخدام التقنيات الرقمية وبرامج التصميم الجرافيكي والوسائط المتعددة.	م3	التمرين العملي والمشاريع	المشاريع العملية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يلتزم بالقيم والمعايير وأخلاقيات المهنية ومراعاة حقوق الملكية الفكرية في تصميم الإعلان.	ق2	الحوار والمناقشة	الملاحظة
3.2	يتكيف مع الظروف والمواقف المهنية المختلفة في العمل المستقل أو الجماعي.	ق3	التمرين العملي والمشاريع	التقييم الجماعي
3.3	يقدم الحلول الإعلانية لمشكلات المجتمع: الاقتصادية، والإدارية، والصحية، والثقافية.	ق4	العروض التقديمية	المناقشات الفردية والجماعية

### ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة عن المقرر والمشاريع وتوزيع الدرجات.	5
2	مفهوم الإعلان وأهميته كإحدى وسائل الاتصال المرئي. والفرق بينه وبين وسائل الاتصال الأخرى.	5
3	أساليب تصميم الإعلان، خصائصه، وأنواعه.	5
4	عناصر الإعلان وأسس تصميمه.	5
5	إعلانات المطبوعة والرقمية.	5
6	الصورة وأهميتها في الإعلان.	5
7	الإعلان وسيكولوجية المستهلك.	5
8	تجارب تصميمية لأساليب تصميم متنوعة تقليدية ومعاصرة.	10
9	تجارب تصميمية لأنواع الإعلان المختلفة (الصحفي، التلفزيون، اللوحات الإعلانية...)	10
10	نقد وتحليل مجموعة من الإعلانات بأنواعها المختلفة.	5
11	نقد وتحليل مجموعة من الحملات الإعلانية.	5
12	تصميم حملة إعلانية متكاملة وتطبيقها على أرض الواقع	10
	المجموع	75

## د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الحضور والمشاركة	طوال الفصل	10%
2	المشاريع الأسبوعية	كل أسبوع	20%
3	الاختبار والمشروع النصفى	الأسبوع 7	20%
4	المشروع النهائي	الأسبوع 15	30%
5	الاختبار النظري	الأسبوع 17-18	20%

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

## هـ. مصادر التعلم والمرافق:

### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

عابد، زهير عبداللطيف. (2013). مبادئ الإعلان. دار اليازوري العلمية.	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none"> <li>- الدليمي، عبدالرزاق. (2015). الإعلان في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري العلمية.</li> <li>- تائب، مسعود حسين. (2017). أساسيات الإعلان، المكتب العربي للمعارف، القاهرة.</li> <li>- Frolova, S. (2014). The Role of Advertising in Promoting a Product, Centria ammattikorkeakoulu 2014</li> <li>- Padhy, Mahendra Kumar. (2011). Advertising Management: Theory &amp; Practice, eBook.</li> <li>- Griffin, W. (2010). The Creative Process Illustrated: How Advertising's Big Ideas are Born.</li> <li>- Hembree, R. (2008). The Complete Graphic Designer: A Guide to Understanding Graphics &amp; Visual Communication</li> </ul>	المراجع المساندة
scribd.com	المصادر الإلكترونية
	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- معمل حاسب آلي لعدد 25 طالب يحوي جميع برامج Adobe التصميم الجرافيكي</li> <li>- استوديو للرسم</li> </ul>
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيورة الذكية، البرمجيات)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- جهاز عرض</li> <li>- شبكة المعلومات (الإنترنت)</li> </ul>
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	مساحة لإقامة معرض

## و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	- الطلاب	- تفاعل الطلاب أثناء المحاضرة (مباشر). - استبانات التقييم الالكتروني للمقرر من قبل الطلاب (غير مباشر).
فاعلية طرق تقييم الطلاب	- أعضاء هيئة التدريس - قيادات البرنامج	- التقويم الذاتي للبرنامج (غير مباشر). - المراجعة من قبل رئيس القسم (مباشر). - تقارير لجان الجودة (غير مباشر).
مصادر التعلم	- الطلاب - قيادات البرنامج	- استبانات التقييم الالكتروني للمقرر من قبل الطلاب (غير مباشر). - التقويم الذاتي للبرنامج (غير مباشر). - تقارير لجان الجودة (غير مباشر).
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	- الطلاب	- تفاعل الطلاب أثناء المحاضرة (مباشر). - استبانات التقييم الالكتروني للمقرر من قبل الطلاب (غير مباشر).
أخرى		

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

## ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس جامعة أم القرى
رقم الجلسة	851281214463/192777
تاريخ الجلسة	20/01/1447 هـ

