

نموذج وصف المقرر الإدارة والتخطيط الإعلاني

1. اسم المقرر	
الإدارة والتخطيط الإعلاني	
2. رمز المقرر	
3. الفصل / السنة	
الفصل الدراسي الثاني / 2025-2026	
4. تاريخ إعداد هذا الوصف	
(2023/2024)	
5. أشكال الحضور المتاحة	
حضور في القاعات الدراسية	
6. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية)	
عدد الساعات الدراسية (الكلية) / (30) عدد الوحدات (3)	
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (إذا أكثر من اسم يذكر)	
الاسم: - أ.م. موعد كاظم الاسدي alasadimoued79@gmail.com	
8. اهداف المقرر	
اهداف المادة الدراسية	<ul style="list-style-type: none"> * تعريف الطلبة بمفاهيم الإدارة الإعلانية الحديثة وهياكل المؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية. * تطوير قدرات الطلبة على وضع الخطط الإعلانية (الاستراتيجية والتكتيكية) للمؤسسات والحملات. * تمكين الطالب من فهم اقتصاديات الاعلان وكيفية إدارة الموارد البشرية والمالية في البيئة الرقمية. * إكساب الطالب مهارات اتخاذ القرار وحل المشكلات الإدارية والمهنية داخل غرف الأخبار والمكاتب الاعلا * دراسة أساليب التخطيط لإدارة الأزمات الاعلانية وكيفية مواجهتها.
9. استراتيجيات التعليم والتعلم	
الاستراتيجية	<ul style="list-style-type: none"> * الجانب النظري: شرح مفاهيم التخطيط والإدارة، وتوضيح الفرق بين الإدارة التقلا وإدارة المؤسسات الإعلامية الحديثة. * التفاعل العلمي: تفعيل مشاركة الطلبة عند شرح المادة وطرح التساؤلات العلمية ح كجزء من عملية التقييم. * الالتزام بالحضور: إلزام الطلبة بحضور المحاضرات عن طريق تخصيص درج للحضور ضمن التقييم. * الواجبات: تكليف الطلبة بواجبات لغرض التقييم ومعرفة المستوى العلمي فيما يتعلق بالم المعطاة.
10. بنية المقرر	

الأسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
.1	3	تطوير مهارات نظرية	مدخل إلى الإدارة: المفهوم والنشأة	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.2	3	تطوير مهارات نظرية	المدارس الإدارية : مراحل تطور الإدارة	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.3	3	تطوير مهارات نظرية	وظائف الإدارة الإعلانية	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.4	3	تطوير مهارات نظرية	الاتصال والاعلان	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.5	3	تطوير مهارات نظرية	الاتصال الإعلاني	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.6	3	تطوير مهارات نظرية	الإعلان	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.7	3	تطوير مهارات نظرية وتطبيقية	وسائل الاتصال الإعلاني 1	محاضرة حضورية	الامتحان
.8	3	تطوير مهارات نظرية	التمويل والإنتاج والتسويق في المؤسسات الإعلانية	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.9	3	تطوير مهارات نظرية	إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاعلانية	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.10	3	تطوير مهارات نظرية	وسائل الاتصال الإعلاني 2	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.11	3	تطوير مهارات نظرية وتطبيقية	التخطيط لإدارة الأزمات الإعلانية	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.12	3	تطوير مهارات نظرية	القيادة واتخاذ القرار في العمل الإعلاني	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.13	3	تطوير مهارات نظرية	وسائل الاتصال الإعلاني 3	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.14	3	تطوير مهارات نظرية	أخلاقيات الإدارة الإعلاني والتشريعات	محاضرة حضورية	الامتحان
.15	3	تطوير مهارات نظرية وتطبيقية	تطبيقات عملية عامة ومراجعة للمنهج	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان
.16	3	التخطيط	مقدمة عن التخطيط	محاضرة حضورية	المشاركة , المناقشة , الامتحان

المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	التخطيط الإعلاني: أنواعه، مستوياته، وأهميته	مفهوم التخطيط الإعلاني وتطوره التاريخي	3	.17
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	المزيج التسويقي	دور الإعلان ضمن المزيج الترويجي	3	.18
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	التخطيط الإعلاني	أهداف التخطيط الإعلاني	3	.19
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	تحليل swot	تحليل السوق في التخطيط الإعلاني	3	.20
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	من هو الجمهور المستهدف	دراسة الجمهور المستهدف	3	.21
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	الرسالة الاعلانية	الرسالة الإعلانية (Advertising Message)	3	.22
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	الوسائل الاعلانية	الوسائل الإعلانية (Advertising Media)	3	.23
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	ما هي الوسائل الاعلانية	اختيار الوسيلة الإعلانية المناسبة	3	.24
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	أنواع الجداول الاعلانية	الجدولة الإعلانية (Media Scheduling)	3	.25
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	تمويل الإعلان	مميزات الإعلان	3	.26
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	أنواع التخطيط الإعلاني	التخطيط للحملة الإعلانية	3	.27

المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	الوسائل الفاعلة في التقييم والقياس	تقييم وقياس فاعلية الإعلان	3	.28
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	اساسيات الاخلاقيات	الأخلاقيات والضوابط القانونية في الإعلان	3	.29
المشاركة , المناقشة , الامتحان	محاضرة حضورية	تحليل للاتجاهات الحديثة	الاتجاهات الحديثة في التخطيط الإعلاني	3	.30

11. تقييم المقرر

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير ... الخ
*60 درجة الامتحان النهائي التحريري.
*40 درجة السعي للطالب.
أ- 30 درجة الامتحان الشهري للطالب.
ب- 5 درجات للمشاركات اليومية الشفوية خلال المحاضرة.
ج- 5 درجات حضور المحاضرة.

12. مصادر التعلم والتدريس

كتاب إدارة المؤسسات الإعلانية المعتمدة.	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
-----	المراجع الرئيسية (المصادر)
-----	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير)
مواقع الإنترنت الخاصة بالدراسات المتعلقة بالإدارة والتخ الإعلامي	المراجع الإلكترونية ، مواقع الانترنت

