

Petra University		جامعة البترا
Faculty of Administrative And Financial Sciences		كلية العلوم الإدارية والمالية
Marketing Department		قسم التسويق
Year:	السنة الدراسية:	Term:
		الفصل الدراسي:
Syllabus خطة المقرر		

Course Title	الإعلان وتنشيط المبيعات	اسم المقرر
Course Number	306326	رقم المقرر
Prerequisite Course	إدارة الترويج	المتطلب السابق

Course Objectives	أهداف وغايات المقرر
<p>يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. إلقاء الضوء على مفهوم وتطور النشاط الإعلاني. 2. تعريف الطالب بأنواع وسائل الإعلان المختلفة وخصائصها. 3. تعليم الطالب على كيفية تخطيط الحملة الإعلانية ووضع الميزانية لها. 4. تعليم الطالب على كيفية الإبداع و الابتكار في الإعلان وضرورة فهم سلوك المستهلك وعلاقة الإعلان في اتخاذ قراراته. 5. توجيه الطالب الى كيفية تصميم وتقييم الإعلان ليكون ناجح وفعال. 6. التأكيد على أهمية تنشيط المبيعات وما لها من دور كبير في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك. 	

Learning Outcomes (knowledge and skills)	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
<p>بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادرا على:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- إظهار أهمية الإعلان ودوره في نجاح وتطور المؤسسات باختلاف أنواعها. 2- تزويد الطالب بالمهارات اللازمة لتخطيط الحملة الإعلانية بحيث تكون ذات كفاءة وفعالية عالية. 3- تعليم الطالب على الإبداع والابتكار الإعلاني. 4- إكساب الطالب المهارات اللازمة لتصميم وإخراج الإعلان. 5- تعريف الطالب بأخلاقيات الإعلان وتنشيط المبيعات. 6- تمكين الطالب من التعامل مع أدوات تنشيط المبيعات والتخطيط لها بما يتناسب مع القطاع السوقي. 7- قيام الطالب بالتطبيق العملي لما تناوله في هذا المساق. 	

Course content محتوى المقرر		
Week	الأسبوع	
1 st week	التعريف بالمساق ومناقشة الخطة	
2 nd week	1. مفهوم النشاط الإعلاني وأهميته 2. أهداف الإعلان	
3 rd week	إدارة الإعلان	
4 th week	وكالات الإعلان	
5 th week	تخطيط الحملة الإعلانية	
6 th week	تخطيط الحملة الإعلانية (يتبع) الامتحان الأول وسائل الإعلان	
7 th week	وسائل الإعلان (تابع)	
8 th week	الإستراتيجية الابتكارية للإعلان والرسالة الإعلانية	
9 th week	تصميم وإخراج الإعلان	
10 th week	تصميم وإخراج الإعلان (تابع)	
11 th week	تقييم الإعلان	
12 th week	ميزانية الإعلان الامتحان الثاني	
13 th week	تنشيط المبيعات (المفهوم ، الأهمية ، أدوات تنشيط المبيعات)	
14 th week	تنشيط المبيعات (أدوات تنشيط المبيعات ، تخطيط تنشيط المبيعات)	
15 th week	الإعلان وسلوك المستهلك	
16 th week	مناقشة التقارير والحالات الدراسية الامتحانات النهائية	

Teaching and Learning Methods أساليب التدريس		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides	Yes	2- الشفائيات
3- Practical Exercises	Yes	3- التطبيقات العملية
4- Field Visits		4- الزيارات الميدانية
5- Research	Yes	5- البحوث
6- Others		6- أخرى

Assessment Tools وسائل التقييم:		
Examinations		الاختبارات
First Exam	20%	الاختبار الأول
Second Exam.	20%	الاختبار الثاني
Final Exam.	50%	الاختبار النهائي
Homework and participation.	10%	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Textbook and Supporting Material المرجع الأساسي والمراجع الإضافية		
1-Textbook المرجع الأساسي		
Authors:	بشير العلق، علي رباعية	المؤلف
Title:	الترويج والإعلان التجاري (أسس، نظريات ، تطبيقات)	عنوان الكتاب
Editor:	دار اليازوري للنشر والتوزيع - عمان	الناشر
Year of Edition:	2007	سنة النشر
2- Other Books مراجع أخرى		
Authors:	النور رفع الله أحمد	المؤلف
Title:	الإعلان (الأسس والمبادئ)	عنوان الكتاب
Editor:	دار الكتاب الجامعي-العين-الإمارات العربية	الناشر
Year of Edition:	2005	سنة النشر
Authors:	William Wells Sandra Moriarty John Burnett	3- المؤلف
Title:	Advertising(Principles &Practice)	عنوان الكتاب
Editor:	Person Prentice Hall	الناشر
Year of Edition:	2006	سنة النشر
Authors:	ناجي خشبة ، أحمد العسكري	4- المؤلف
Title:	الإعلان (مدخل تطبيقي)	عنوان الكتاب
Editor:	دار وائل للنشر	الناشر
Year of Edition:	2005	سنة النشر
Authors:	علي الزعبي	5- المؤلف
Title:	الإعلان الفعال	عنوان الكتاب
Editor:	دار اليازوري	الناشر
Year of Edition:	2009	سنة النشر

Authors:	ذياب جرار وآخرون	6- المؤلف
Title:	الاتصالات التسويقية	عنوان الكتاب
Editor:	جامعة القدس المفتوحة	الناشر
Year of Edition:	2008	سنة النشر
Authors:	Frank Jefkins	7- المؤلف
Title:	Advertising	عنوان الكتاب
Editor:	Prentice Hall	الناشر
Year of Edition:	2000	سنة النشر
Authors:	Tony Yeshin	8- المؤلف
Title:	Advertising	عنوان الكتاب
Editor:	Thomson Learning	الناشر
Year of Edition:	2006	سنة النشر

Important Dates: تواريخ هامة		
Evaluation Method & Scheme		نوع التقييم
First Exam.	الاسبوع السادس	الاختبار الأول
Second Exam.	الاسبوع الثاني عشر	الاختبار الثاني
Final Exam.	في نهاية الفصل	الاختبار النهائي
Homework and participation	تحدد في حينها	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Instructor عضو هيئة التدريس		
Name:		الاسم:
Office Number and Telephone:		رقم المكتب والهاتف:
E- mail:		البريد الإلكتروني:
Office Hours:		الساعات المكتبية:

<p>1. يلتزم الطالب بحضور كافة المحاضرات وحسب الجدول الدراسي ويسمح له بالغياب بعذر أو بدون عذر بما لا يزيد عن (7) ساعات. إن أي تجاوز للنسبة المسموح بها للغياب سيعرض الطالب للحرمان وتعطى له علامة (FA) في حال عدم توفر عذر مقبول من قبل المدرس وعمادة الكلية.</p> <p>2. يلتزم الطالب بتقديم الاختبارات والامتحانات وتقارير البحوث وأية مهام صافية أو منزلية يتم تكليفه بها في المواعيد المحددة.</p> <p>3. يستطيع الطالب مراجعة مدرس المقرر خلال الساعات المكتبية للحصول على مساعدة إضافية فيما يتعلق بالمواضيع التي تمت مناقشتها داخل الصف.</p> <p>4. هنالك مراجع رئيسة وثانوية للمقرر على الطالب الرجوع لها لزيادة تحصيله العلمي.</p> <p>5. لتعزيز الجانب المهاري، سيتم عرض ومناقشة حالات دراسية وتمارين مختلفة.</p> <p>6. كوسيلة لمساعدة الطالب، يمكن للطلاب الرجوع إلى برنامج التعليم الإلكتروني ، علما بأن الملخصات الموجودة على الموقع لا تغني عن المرجع الرئيسي للمادة.</p>	<p>سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم</p>
---	---