

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: مدخل إلى الاتصال التسويقي
رمز المقرر: MRCD 102
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



جدول المحتويات

3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
4	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
5	ج. موضوعات المقرر
5	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق:
6	و. تقويم جودة المقرر:
6	ز. اعتماد التوصيف:



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ - ☐ متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☒ متطلب تخصص ☐ متطلب مسار ☐ أخرى

ب - ☐ إجباري ☐ اختياري

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

4. الوصف العام للمقرر

يتناول مقرر أسس الاتصال التسويقي وعناصر الاتصالات التسويقية من منظور متكامل، وأدوات الاتصال التسويقي وفلسفة التكامل بين الأدوات كأساس لعمل خطة تسويقية متكاملة.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكتساب الطالب المعارف النظرية والمهارات التطبيقية لكيفية تحقيق التكامل بين عناصر الاتصالات التسويقية مثل الإعلان، تنشيط المبيعات والعلاقات العامة في شكل برامج اتصال تسويقية فعالة، وتزويد الطالب بفهم أعمق للأساليب، المبادئ المتعلقة بالاتصالات التسويقية، وكذلك فهم القضايا الاجتماعية، القانونية، الأخلاقية المرتبطة بممارسات الاتصالات التسويقية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	---	---
2	التعليم الإلكتروني	---	---
3	التعليم المدمج ● التعليم التقليدي ● التعليم الإلكتروني	45	100%
4	التعليم عن بعد	---	---

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100%
2	معمل أو إستوديو	---	---
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يعرف ماهية ومبادئ أسس الاتصال التسويقي	ع1	التعلم الإلكتروني + محاضرة	اختبار تحريري + واجبات صفية
1.2	يذكر مراحل دورة حياة المنتج بشكل فعال.	ع2	التعلم الإلكتروني + محاضرة + تقديم عروض	اختبار شفوي / اختبار تحريري + واجبات صفية
1.3	يصنف أساليب قياس تأثير الترويج للمبيعات بفعالية.	ع3	تقديم عروض + فيديوهات تعليمية	التحكيم + أنشطة داخل الفصل (مناقشات)
1.4	يشرح كيفية التخطيط للاتصالات التسويقية باحترافية.	ع4	التعلم الإلكتروني + محاضرة + تقديم عروض	التحكيم + تكاليف منزلية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق استراتيجيات الاتصالات التسويقية أثناء عملية الترويج للمنتج.	م2	التعلم الإلكتروني + العصف الذهني	اختبار تحريري + التحكيم + أنشطة داخل الفصل (مناقشات)
2.2	يقيس تأثير العلاقة التكاملية بين العلاقات العامة والمزيج التسويقي.	ع5	التعلم الإلكتروني + المحاضرة + المناقشة الجماعية	اختبار تحريري + التحكيم + أنشطة داخل الفصل (مناقشات)
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	تنفيذ خطة تسويقية متكاملة لأحد المنتجات وفقاً للمعايير العالمية المطلوبة، وبأحدث الطرق الممكنة.	ق1	التعلم الإلكتروني + التطبيق العملي + تقييم الزملاء	مشروع فردي + تحكيم
3.2	تقييم معرفة متغيرات البيئة التسويقية الحديثة وتفسيرها بما يتلاءم مع التكنولوجيا المتطورة.	ق2	التعلم الإلكتروني + دراسة الحالة + محاكاة بيئة العمل	أوراق فردية + تحكيم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مفهوم وأهداف الاتصالات التسويقية والنماذج المتقدمة لها.	6
2	الاختلافات بين مبادئ الاتصالات التسويقية المتكاملة، الخصائص المميزة والمنافع المتحققة من استخدامها	3
3	الاتصالات التسويقية التقليدية والمتكاملة، واستراتيجية الاتصالات التسويقية	3
4	التخطيط للاتصالات التسويقية، والترويج ودورة حياة المنتج	6
5	أخلاقيات التسويق، وربط الاتصالات التسويقية بالأخلاق، وكيفية اتخاذ القرار الأخلاقي في الاتصالات التسويقية.	6
6	أدوات الاتصال التسويقي (الإعلان - الاتصال المباشر - العلاقات العامة - تنشيط المبيعات- التسويق بالمحتوى)	6
7	أدوات الاتصال التسويقي (التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي- التسويق بالمؤثرين- البيع الشخصي - التسويق الإلكتروني- التسويق التجريبي)	6
8	قياس فاعلية الاتصالات التسويقية والترويج من حيث فاعلية الإعلان، وفاعلية ترويج المبيعات.	3
9	قياس فاعلية الاتصالات التسويقية من خلال استخدام الوسائل الرقمية الحديثة.	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبارات (تحريرية + شفوية)	الأسبوع 4 + 7 + 15	40%
2	واجبات صفية + مناقشات	الأسبوع 5 + 6	15%
3	التحكيم + تكاليف منزلية	الأسبوع 7 + 8	20%
4	مشاريع فردية + أوراق فردية	الأسبوع 9 - 13	25%

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المراجع الرئيس للمقرر	ثامر البكري. الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2019م.
المراجع المساندة	- طلعت عبد الحميد. الاتصالات التسويقية المتكاملة في ظل التحول الرقمي، مصر: رؤية للطباعة، ط2، 2022م. - سعيد على العضاضى. مبادئ التسويق، ط1، مكتبة خوارزم، 2017م. - علي الزعبي. الاتصالات التسويقية: مدخل منهجي تطبيقي، عمان: دار المسيرة، ط1، 2010.
المصادر الإلكترونية	http://marketing-gestion.blogspot.com/2013/08/blog-post_9884.html https://www.slideshare.net/fao403/marketing-basics-5429167
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
مباشر	غير مباشر	
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + استبيان واجبات صفية المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	تكاليف منزلية + استبيان مناقشات المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع فردية + استبيان /أوراق فردية + المقرر + استبيان التحكيم تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مشاريع فردية + استبيان التحكيم + مناقشات المقرر جماعية

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

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: مدخل إلى الإعلان
رمز المقرر: MRCD 103
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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:	7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ ☐ متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☒ متطلب تخصص ☐ متطلب مسار ☐ أخرى

ب ☒ إجباري ☐ اختياري

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

4. الوصف العام للمقرر

يتناول المقرر اكساب الطالب المعارف حول أسس الإعلان كنشاط اتصالي، والتعرف على الأطراف المشاركة والفاعلة في الإعلان.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكساب الطالب المعارف النظرية والمهارات التطبيقية حول الإعلان كمصدر تمويل للمؤسسة الاتصالية، وتأثيرها على المضامين والجمهور، كما يهدف إلى تعريف بأنواع وسائل الاعلان الأكثر شيوعا في الحملات الاعلانية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	---	---
2	التعليم الإلكتروني	---	---
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد	---	---

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	40	88.9%
2	معمل أو إستوديو	5	11.1%
3	ميداني	--	--
4	دروس إضافية	--	--
5	أخرى	--	--
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يذكر مفاهيم الإعلان والمفاهيم الأخرى المرتبطة بها باللغتين العربية والانجليزية	ع1	التعلم الإلكتروني المحاضرة المناقشات الجماعية	اختبار تحريري
1.2	يصنف أنواع الإعلانات المختلفة	ع2	التعلم الإلكتروني الفيديوهات التعليمية	اختبار تحريري واجبات صفية
2.0	المهارات			
2.1	يحلل مكونات وعناصر الإعلان	ع3	التعلم الإلكتروني الورشة التعليمية	تكاليف منزلية التحكيم
2.2	يناقش الرسائل الإعلانية ويحدد الاستمالات المستخدمة فيها	ع4	التعلم الإلكتروني عرض الفيديو المناقشة التعلم بالنمذجة	أنشطة داخل الفصل (مناقشات) اختبار شفوي
2.3	يطبق أنواع لقطات التصوير المتنوعة في الإعلان	ع5	التعلم الإلكتروني عرض الفيديو المناقشة التعلم بالنمذجة	مشاريع جماعية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	توضيح قيمة الالتزام بأخلاقيات الإعلان	ق1	التعلم الإلكتروني التطبيق العملي المحاضرة	عروض جماعية

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
			المناقشات الجماعية	

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مفهوم الإعلان وأهميته تطوره	6
2	الإعلان والمفاهيم الأخرى	2
3	أنواع الإعلان	6
4	تصميم وإخراج الإعلان	6
5	وسائل الإعلان	6
6	الاستمالات الإعلان (العاطفية - العقلانية)	6
7	الاستمالات الإعلان (الأخلاقية - الاجتماعية - الغريزية)	3
8	التصوير الإعلان	7
9	أخلاقيات الإعلان	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبارات (تحريرية + شفوية)	الأسبوع 4 + 15	35%
2	واجبات صفية + مناقشات	الأسبوع 5 + 7	15%
3	تكاليف منزلية + التحكيم	الأسبوع 8 + 9 + 10	20%
4	مشاريع جماعية + عروض جماعية	الأسبوع 11 - 13	30%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	- مبادئ الإعلان، زهير عبد اللطيف عابد، دار اليازوري، الطبعة الأولى، 2014.
المراجع المساندة	- مبادئ الإعلان نظريات ونماذج وتطبيقات، عباس فؤاد حسن، أماني عثمان سليمان، مكتبة الرشد، الطبعة الأولى، 2018. - الإبداع في الإعلان، أماني ألبرت، عالم الكتب، الطبعة الأولى، 2017.

- عصر الإعلان: مبادئ الإعلان والاتصالات التسويقية في العمل، ثورسون، ديفي، دار الفكر، الطبعة الأولى، 2015. - الإعلان الإلكتروني، ربيعة فندوشي، دار هومه، الطبعة الأولى، 2011. - الإعلان الفعال: منظور تطبيقي متكامل، علي فلاح الزعبي، دار اليازوري، الطبعة الأولى، 2009. - الإعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، حسام فتحي أبو طعيمة، دار الفاروق، الطبعة الأولى، 2007.	
https://www.alrab7on.com/what-is-advertising/ https://www.bsta.sa/library/43-successful-advertisement	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض مرئي (projector). مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب.	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
يحددها أستاذ المادة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم		المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر	مباشر		
استبيان تقييم المقرر	اختبارات	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	فاعلية التدريس
استبيان تقييم المقرر	تكاليف منزلية مناقشات	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
استبيان تقييم المقرر + استبيان تقييم البرنامج	مشاريع جماعية التحكيم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مصادر التعلم
استبيان تقييم المقرر	عروض جماعية التحكيم	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر

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



ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة





توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: مدخل للفنون البصرية
رمز المقرر: MRCD 101
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يقدم المقرر المفاهيم الأساسية للفنون البصرية، بما في ذلك العناصر والمبادئ التشكيلية، وتطور الفنون عبر العصور المختلفة، وعلاقتها بالثقافات المتنوعة، يتناول المقرر أسس تحليل الأعمال الفنية وتطبيقاتها في مجالات الفنون والتصميم، مع تسليط الضوء على الفنون في السياق الثقافي المحلي والدولي، ويركز المقرر أيضاً على تطوير قدرة الطلاب على النقد الفني والتفكير الإبداعي.

5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

تزويد الطلاب بفهم شامل للعناصر الأساسية والمبادئ التشكيلية للفنون البصرية، مع التركيز على تحليل ونقد الأعمال الفنية، كما يهدف المقرر إلى تعزيز التفكير الإبداعي وربط الفنون بالسياقات الثقافية والتاريخية، خاصة في السياق السعودي والعالمي.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	15	33.3
2	معمل أو إستوديو	30	66.7
3	ميداني	----	----
4	دروس إضافية	----	----
5	أخرى	----	----
الإجمالي		45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يحدد العناصر والمبادئ الأساسية للفنون البصرية.	ع1	المحاضرة + المناقشات الجماعية.	اختبار تحريري + واجبات صفية
1.2	يشرح دور الفنون البصرية في المجتمعات المختلفة.	ع2	العصف الذهني + المحاضرة + عرض الفيديو	اختبار تحريري + تكاليف منزلية.
2.0	المهارات			
2.1	تحليل الأعمال الفنية باستخدام أسس النقد الفني.	م3	المناقشات الجماعية + دراسة الحالة + الفيديوهات التعليمية.	أوراق فردية + تقارير الحالة + التحكيم
2.2	تطبيق العناصر البصرية في إنشاء تصاميم أو أعمال فنية.	م4	التطبيق العملي + التفكير التصميمي.	مشاريع فردية + التحكيم
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يقيم دور الفنون البصرية في التعبير الثقافي.	ق2	العصف الذهني + المناقشات الجماعية	واجبات صفية + عروض جماعية
3.2	يلتزم بالأخلاقيات المهنية والفنية في العمل البصري الإبداعي.	ق1	الفيديوهات التعليمية	عروض جماعية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	تعريف الفنون البصرية وأهميتها.	2
2	الفرق بين الفنون البصرية والفنون الأخرى.	5
3	عناصر التصميم البصري (الخط، الشكل، اللون، الملمس، الفراغ)	8
4	مبادئ التكوين (التوازن، الحركة، الإيقاع، الوحدة، التباين)	8
5	تطور الفنون من العصور القديمة إلى العصر الحديث	5
6	المدارس والاتجاهات الفنية (الكلاسيكية، الواقعية)	5
7	المدارس والاتجاهات الفنية (التجريدية، الحداثة)	3
8	الفنون البصرية في السياق السعودي (استعراض الأعمال والمبادرات الفنية المحلية)	6
9	النقد الفني (أسس ومناهج نقد الأعمال الفنية)	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري	7	15%
2	واجبات صفية + تكاليف منزلية	7 + 6 + 4	20%
3	مشاريع فردية + التحكيم	9 + 8	25%
4	أوراق فردية + تقارير الحالة	11 + 10	20%
5	عروض جماعية	13 + 12	20%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	عيد، أحمد جمال (2024). التصميم والتواصل البصري، دار أزمنة للنشر والتوزيع، الأردن.
المراجع المساندة	القرني، عبد الله علي (2023). عناصر التصميم في الفنون البصرية، دار تكوين. الألوسي، صفا لطفي (2019). دراسات في الفنون البصرية، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع عبد الحميد، شاكر (2007). الفنون البصرية وعبقورية الإدراك، دار العين للنشر.

https://mjaf.journals.ekb.eg/article_335672.html	المصادر الإلكترونية
https://fliphtml5.com/ciofk/hkir/basic	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
		مباشر غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + استبيان تقويم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	مشاريع فردية + تكاليف منزلية
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع فردية + أوراق فردية + استبيان المقرر + استبيان تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	عروض جماعية + تقارير الحالة

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



ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة



2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: الإعلان الرقمي
رمز المقرر: MRCD 115
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



جدول المحتويات

3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
4	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
5	ج. موضوعات المقرر
5	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق:
6	و. تقويم جودة المقرر:
6	ز. اعتماد التوصيف:



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يقوم هذا المقرر بتزويد الطالب بالمعلومات والمعارف التي تمكنهم من فهم الإعلان الرقمي، وإدراك التكنولوجيا الرقمية في بيئة الإعلان، وفاعلية بيئة الإعلان التصميمية والافتراضية في الإعلان الرقمي، ومراحل إنتاج الإعلان الرقمي، وعناصره، والأدوات اللازمة في عملية الإنتاج، وقواعد تصوير المنتج الإعلاني في الإعلان التفاعلي، وخصائص الإعلانات الرقمية، وإنتاج الإعلان الرقمي على تطبيقات الهواتف الذكية، كما يقوم بتزويد الطالب بالمعارف والمهارات اللازمة للكتابة الإعلانية الرقمية، والتمكن من ابتكار وتصميم وإنتاج مواد الإعلان الرقمي عبر وسائل مختلفة: فيس بوك ، يوتيوب، تيك توك....، ويشمل أيضاً التعرف على الاتجاهات الحديثة في مجال الإعلان الرقمي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

MRCD 103

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

NONE

7. الهدف الرئيس للمقرر

إعداد الطلاب بمهارات وفهم شامل لمبادئ الإعلان الرقمي وتطوير قدراتهم في بناء وإدارة حملات إعلانية فعالة على المنصات الرقمية المختلفة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي	--	--
2	التعليم الإلكتروني	--	--
3	التعليم المدمج ● التعليم التقليدي ● التعليم الإلكتروني	45	100%
4	التعليم عن بعد	--	--

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	20	44.4
2	معمل أو إستوديو	25	55.6
3	ميداني	--	--
4	دروس إضافية	--	--
5	أخرى	--	--
	الإجمالي	45	100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يذكر أساسيات الإعلان الرقمي.	ع1	التعلم الإلكتروني + المحاضرة	اختبار تحريري
1.2	يحدد الأدوات والتقنيات المستخدمة في تنفيذ الإعلان الرقمي عبر وسائله المختلفة.	ع3	التعلم الإلكتروني + المحاضرة + عرض الفيديو	واجبات صفية + تكاليف منزلية
1.3	يشرح مراحل إنتاج الإعلان الرقمي.	ع1	دراسة الحالة	أنشطة داخل الفصل (مناقشات)
2.0	المهارات			
	يصمم حملات إعلانية رقمية فعالة تراعي استراتيجية الإعلان والجمهور المستهدف.	م2	التعلم الإلكتروني + الورشة التعليمية	مشاريع جماعية + تحكيم
2.2	يستخدم أدوات التحليل الرقمي مثل Facebook Ads و Google Analytics Manager لقياس الأداء وتقييم فعالية الإعلانات الرقمية.	م3	التعلم الإلكتروني + التطبيق العملي	مشاريع جماعية + تحكيم
2.3	تطبيق استراتيجيات تحسين نتائج البحث (SEO) والإعلانات المدفوعة (PPC) لتحقيق أهداف الإعلانات الرقمية.	م5	التعلم الإلكتروني + التطبيق العملي	عروض جماعية + تحكيم
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	الالتزام بالمعايير الأخلاقية في مجال الإعلان الرقمي.	ق1	التعلم الإلكتروني + العصف الذهني + دراسة الحالة	عروض جماعية
3.2	تنفيذ محتوى إعلاني يعكس القيم المجتمعية ويحترم التنوع الثقافي.	ق2	الورشة التعليمية	مشاريع جماعية + عروض جماعية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	أساسيات الإعلان الرقمي	3
2	أنواع الإعلان الرقمية	6
3	مراحل إنتاج الإعلان الرقمي	6
4	وسائل الإعلان الرقمي	6
5	أدوات وتقنيات المحتوى الإعلاني الرقمي	6
6	أدوات تحليل الأداء الرقمي	6
7	استراتيجيات تحسين نتائج البحث للإعلانات الرقمية	6
8	أخلاقيات الإعلان الرقمي	3
9	التطورات المستقبلية في الإعلان الرقمي	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري	الأسبوع 7	20%
2	واجبات صفية + تكاليف منزلية	الأسبوع 8	15%
3	مناقشات	الأسبوع 9	15%
4	مشاريع جماعية + تحكيم	الأسبوع 11	25%
5	عروض جماعية	الأسبوع 13	25%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	الصفيفي، حسن نيازي.. مبادئ الإعلان في العصر الرقمي، مكتبة المتنبى، 2024م.
المراجع المساندة	ريم عمر شريتح. الاعلان الإلكتروني مفاهيم واستراتيجيات معاصرة، دار التربية الحديثة، ط ١، ٢٠١٧
المصادر الإلكترونية	- موقع HubSpot التعليمي: www.hubspot.com - أكاديمية Google Digital Garage: www.learndigital.withgoogle.com - منصة LinkedIn Learning
أخرى	-----

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم	
		مباشر	غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + واجبات صفية	استبيان + استبيان
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	مشاريع جماعية + مناقشات + تحكيم	استبيان + استبيان
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	تكاليف منزلية + التحكيم	استبيان + استبيان
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مشاريع جماعية + مشاريع جماعية	استبيان + استبيان

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: التصميم الجرافيكي
رمز المقرر: MRCD 114
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



جدول المحتويات

3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
4	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
5	ج. موضوعات المقرر
5	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق:
6	و. تقويم جودة المقرر:
6	ز. اعتماد التوصيف:



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ - ☐ متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☒ متطلب تخصص ☐ متطلب مسار ☐ أخرى

ب - ☒ إجباري ☐ اختياري

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

4. الوصف العام للمقرر

يُركز المقرر على دراسة أسس التصميم، العناصر الجمالية، والقيم الفنية التشكيلية التي تميز العمل الفني، كما يتناول الخصائص الفنية والتقنية لمجالات التصميم الجرافيكي، مع استخدام برامج التصميم على الحاسب الآلي لتطبيق التأثيرات البصرية واللونية المختلفة، وتطوير تصميمات فنية مبتكرة تحقق مبادئ التصميم الجيد.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

MRCD 101

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

NONE

7. الهدف الرئيس للمقرر

يتناول المقرر منهجيات التصميم الجرافيكي وأساسياته، بالإضافة إلى القوانين والنظريات التي تركز على دراسة العناصر الأساسية بوصفها وحدات جمالية. كما يتضمن تعريف الطالبة بالمبادئ التنظيمية التي تشكل أساس التصميم الجرافيكي.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي	---	---
2	التعليم الإلكتروني	---	---
3	التعليم المدمج ● التعليم التقليدي ● التعليم الإلكتروني	45	100%
4	التعليم عن بعد	---	---

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	20	44.4%
2	معمل أو إستوديو	25	55.6%
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يحدد مبادئ وأسس مجالات الجرافيك.	ع1	التعلم الإلكتروني + المحاضرات + التطبيق العملي	اختبار شفوي
1.2	يذكر عناصر التصميم الجرافيكي	ع2	التعلم الإلكتروني + استراتيجية K.W.L + الفيديوهات التعليمية	واجبات صفية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق وحدات البناء الأساسية في التصميمات المختلفة (الخط والصورة والرسوم واللون)	م2	التعلم الإلكتروني + التعلم بالنمذجة + الورشة التعليمية	المشاريع الجماعية
2.2	يميز بين تأثيرات الألوان المتعددة وفقاً لنظرية الألوان.	م3	التعلم الإلكتروني + الورشة التعليمية	تكاليف منزلية + دراسة حالة + تحكيم
2.3	يحكم على عناصر الإبداع والإلهام في التصميم الجرافيكي.	م5	التعلم الإلكتروني + العصف الذهني + محاكاة بيئة العمل + تقييم الزملاء	المشاريع الجماعية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	تنفيذ أعمال فنية هادفة تعزز الهوية والقيم المجتمعية.	ق1	التعلم الإلكتروني + استراتيجيات المشروعات	عرض تقديمي + تحكيم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	ماهية التصميم الجرافيكي ومكوناته التشكيلية	4
2	تعريف ومجالات فنون الجرافيك	5
3	مراحل عملية التصميم الجرافيكي	3
4	وحدات البناء الأساسية في التصميم (الخط والصورة)	5
5	وحدات البناء الأساسية في التصميم (الرسوم واللون)	5
6	نظرية الألوان Color Theory	4
7	أنواع المطبوعات والصور	4
8	عناصر الإبداع والإلهام في التصميم الجرافيكي	10
9	تطبيقات عملية	5
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار شفوي + واجبات صفية	الأسبوع 4 + 6	20%
2	تكاليف منزلية + دراسة حالة + تحكيم	الأسبوع 7 - 9	35%
3	المشاريع الجماعية	الأسبوع 10 - 12	25%
4	عرض تقديمي	الأسبوع 13	20%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	- عبد الله إبراهيم ياسين. تصميم 101 أساسيات ومبادئ التصميم الجرافيكي، كتب مؤلفين السعودية للنشر، ط1، 2024.
المراجع المساندة	2022 منصور، محمد، أساسيات التصميم الجرافيكي، دار الكندي للنشر والتوزيع، - 2022 السالم لينا، تعريف التصميم الجرافيكي وأساسياته، - 2021 كولدول، كاث، التصميم الجرافيكي للجميع، جبل عمان، - 2021، 3 حسانين، محمد إبراهيم، قواعد التصميم الجرافيكي، ط -
المصادر الإلكترونية	https://www.moaq3web.com/website-graphic-design/ https://www.youtube.com/watch?v=f2b9InmivKg



<https://www.youtube.com/watch?v=vfne1Kz1Ag8>

أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	القاعات الدراسية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض + أجهزة حاسب آلي جهاز عرض مرئي (projector).
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم	
		مباشر	غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبار شفوي + واجبات صفية	استبيان + استبيان المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	تكاليف منزلية + دراسة حالة + تحكيم	استبيان + استبيان المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع جماعية + التحكيم	استبيان + استبيان المقرر + استبيان تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	العروض التقديمية + مشاريع جماعية	استبيان + استبيان المقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: الكتابة في الإعلان
رمز المقرر: MRCD 113
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



جدول المحتويات

3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
4	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
5	ج. موضوعات المقرر
5	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق:
6	و. تقويم جودة المقرر:
6	ز. اعتماد التوصيف:



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

تزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لإنشاء نصوص إعلانية مبتكرة وفعالة تلي احتياجات الجمهور المستهدف وتدعم أهداف الحملات التسويقية، ويركز المقرر على تعريف الطلاب بمفاهيم الكتابة الإعلانية وأسسها Copywriting، مع استكشاف استراتيجيات الإبداع وصياغة الرسائل الموجهة لمختلف الوسائط الإعلامية، مثل التلفزيون، والراديو، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمطبوعات، كما يشمل المقرر تطبيقات عملية، ودراسة حالات من الواقع، ومشاريع تتيح للطلاب فرصة تطوير وإنتاج نصوص إعلانية احترافية، مما يعزز قدرتهم على التأثير والإقناع في سوق الإعلان التنافسي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

تمكين الطلاب من تطوير مهاراتهم الإبداعية في صياغة نصوص إعلانية فعالة ومقنعة، مع التركيز على تلبية احتياجات الجمهور المستهدف ودعم الأهداف التسويقية عبر مختلف الوسائط الإعلامية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي	15	33.3
2	التعليم الإلكتروني	---	---
3	التعليم المدمج ● التعليم التقليدي ● التعليم الإلكتروني	30	66.7
4	التعليم عن بعد	---	---

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	10	22.2
2	معمل أو إستوديو	35	77.8
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن:)			
1.1	يشرح أشكال وأنماط الكتابة في الاعلان.	ع1	التعلم الإلكتروني، المحاضرة العملية + الورشة التعليمية	اختبار تحريري + واجبات صفية
1.2	يحدد مقومات نجاح النموذج الاعلاني	ع2	المحاضرة العملية + الورشة التعليمية + مناقشات جماعية	اختبار شفوي + واجبات صفية + عروض فردية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق فنيات وأسس كتابة الإعلانات في جميع الوسائل بالطريقة الاحترافية.	م3	التعلم الإلكتروني+المحاضرة+الورشة التعليمية+الفيديوهات التعليمية	مشروعات فردية
2.2	يقارن بين أنماط الكتابة الإعلانية وجودة الكتابة في الوسائل.	م4	التعلم الإلكتروني+المحاضرة العملية+الورشة التعليمية+الفيديوهات التعليمية	اختبار تحريري + تكاليف منزلية + تحكيم
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يلتزم بأخلاقيات وقوانين كتابة الإعلانات.	ق1	التعلم الإلكتروني+المحاضرة+الفيديوهات التعليمية	اختبار تحريري

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مدخل إلى الكتابة التسويقية وكتابة الاعلان	6
2	أنواع الكتابة التسويقية Copywriting types	6
3	استخدام الكلمات الأكثر تأثيراً، استخدام القوالب التسويقية في الكتابة، استخدام عبارات الدعوة للعمل CTA، اضافة الشعور في الكتابة الاعلانية	6
4	كتابة النصوص الاعلانية Tagline,headline,slogan والأفكار الإبداعية وربطها بالملخص الابتكاري	6
5	كتابة إعلانات الفيديو والسيناريو الخاص بها storyboard.	3
6	كتابة الاعلانات الصوتية، كتابة اعلانات الشوارع Billboard	3
7	كتابة الاعلانات في منصات التواصل الاجتماعي (انستقرام ، تويتر)	6
8	الكتابة التسويقية المرتبطة بالإعلانات: كتالوجات المبيعات، أدوات الاتصال التسويقي.	6
9	القوانين الإعلامية المتعلقة بالكتابة التسويقية والاعلانات في السعودية	2
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبارات	الأسبوع 4 + 15	30%
2	واجبات صفية + عروض تقديمية + مناقشات جماعية	الأسبوع 5 + 6 + 7	40%
3	مشروعات فردية	الأسبوع 8 + 9	15%
4	تكاليف منزلية + تحكيم	الأسبوع 10 + 12	15%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	المرجع المساعد
علاء صلاح الرفاعي. أسرار كتابة الإعلانات، دار علاء الرفاعي، ط1، 2024م.	-روين لانداء، ترجمة صفية مختار، الإعلانات والتصميم ابتكار الأفكار الإبداعية في وسائل الإعلام، مؤسسة هنداي للنشر والتوزيع، ط1، 2019.
	إستر ثورسون - مارغريت دوفي - رانس كران، ترجمه زكريا أحمد عزام، مصطفى الشيخ، عصر الاعلان: - 1، 2020، مبادئ الإعلان والاتصالات التسويقية في العمل، دار الفكر ناشرون وموزعون، ط



- <https://istaktab.com/%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%83-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-copywriting/>
- <https://www.deptagency.com/insight/instagram-5-tips-write-ad-copy-converts/>
- <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/ad-headline>
- <https://aait.sa/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89/>

المصادر الإلكترونية

أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم	
		مباشر	غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + واجبات صفية	استبيان + تقييم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج +لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	تكاليف منزلية + مناقشات جماعية	استبيان + تقييم المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع فردية + التحكيم + مناقشان جماعية	استبيان + تقييم المقرر + استبيان تقييم البرنامج

طرق التقييم		المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر	مباشر		
تقويم استبيان المقرر	العروض التقديمية + مشاريع فردية	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: سلوك المستهلك
رمز المقرر: MRCD 116
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والاعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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:	6
و. تقويم جودة المقرر:	6
ز. اعتماد التوصيف:	7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يتناول المقرر استراتيجيات سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة عليها، والنظريات المفسرة لقرارات السلوك الشرائي، ومدى تأثير الوسائل التكنولوجية الحديثة على سلوك المستهلكين.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

MRCD 102

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

NONE

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكتساب الطالب المعارف النظرية والمهارات التطبيقية حول دور المستهلك في العملية التسويقية من خلال دراسة كافة العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي له، وتحليل السلوك البيني للمستهلك كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج	45	100%
	• التعليم التقليدي		
	• التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	%100
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يشرح الطالب ماهية واستراتيجيات سلوك المستهلك.	ع1	التعلم الإلكتروني + المحاضرة + المناقشات الجماعية	اختبار تحريري
1.2	يذكر الطالب النماذج والسلوكيات العلمية في تفسير سلوك المستهلك.	ع2	التعلم الإلكتروني + تقديم العروض + الفيديوهات التعليمية	اختبار تحريري + واجبات صفية
1.3	يصنف المدركات الحسية وتأثيرها على قرارات الشراء لدى المستهلكين	ع3	التعلم الإلكتروني + المحاضرة + الفصل المقلوب	اختبار تحريري
2.0	المهارات			
2.1	يحلل الطالب الاستراتيجيات الخاصة بتجزئة السوق باحترافية.	م3	التعلم الإلكتروني + العصف الذهني	تقارير التحليل (دراسة حالة)
2.2	يميز الطالب بين أفضل الوسائل التي يستخدمها المستهلك في عملية اتخاذ القرار.	م3	التعلم الإلكتروني + المحاضرة + الورشة التعليمية	أنشطة داخل الفصل (مناقشات)
2.3	يطبق خطوات قرار الشراء وقوانينه التي يستخدمها المستهلك عند الشراء.	م5	التعلم الإلكتروني + التعلم التعاوني - العمل الجماعي	اختبار تحريري + تكاليف منزلية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	تقديم وجهات نظر حول الرسائل التسويقية وعلاقتها بالثقافة والقيم الاجتماعية ومدى تأثيرها على سلوك المستهلك	ق2	التعلم الإلكتروني + العمل الجماعي + دراسة حالة + عرض فيديو	أوراق فردية + تحكيم

الرمز	نواتج التعلم	رموز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	يؤسس استراتيجية خاصة لمنتج تتوفر فيه أهم مقومات الاتصال التسويقي المؤثرة على قرارات الشراء للمستهلكين بطريقة جذابة.	ق2	التطبيق العملي + الورشة التعليمية	دراسة الحالة + تحكيم + عروض فردية / جماعية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	التعريف بالمادة، واستعراض ومناقشة فهم مبادئ السلوك وآلياته، بيان أهمية بحوث سلوك المستهلك وعلاقة علم سلوك المستهلك مع العلوم الأخرى، ومفهوم سلوك المستهلك	3
2	العوامل الذاتية وسلوك المستهلك (الحاجات الشخصية ونماذج الشخصية - التعلم والادراك)	3
3	معرفة المهارات الأساسية لفهم سلوك المستهلك والعوامل الثقافية المؤثرة على ذلك	6
4	العوامل الاجتماعية وسوك المستهلك (الطبقة الاجتماعية + الأسرة والجماعات المرجعية) - دراسة دورة حياة الأسرة وبيان الخصائص الاستهلاكية للفرد في كل مرحلة بيان أهمية التطبيع الاجتماعي في تطوير سلوك المستهلك	6
5	نظريات التعلم السلوكية والتعلم العام وتأثير ذلك على سلوك المستهلك. مع تحديد العلاقة بين أهداف ودوافع وحاجات المستهلك وبيان مفهوم كل منها	9
6	التعريف بآلية وأنواع قرارات الشراء لدى المستهلكين، ودراسة القرار في جميع مراحل العملية الشرائية.	3
7	مفهوم واستراتيجيات تجزئة السوق مع الوسائل التي يستخدمها المستهلك في عملية اتخاذ القرار.	6
8	أساليب قياس سلوك المستهلك.	3
9	انتشار الابتكارات وأثرها على المستهلكين، وكيفية استثمار ذلك في بناء برنامج احترافي للاتصال التسويقي.	6
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري	الأسبوع 4	20%
2	واجبات صفية	الأسبوع 9	15%
3	عروض فردية/ جماعية	الأسبوع 7	15%
4	أنشطة داخل الفصل (مناقشات) + دراسة حالة	الأسبوع 11	25%
	أوراق فردية وتحكيم + تكاليف منزلية	الأسبوع 13	25%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	على فلاح الزغبى. سلوك المستهلك: مدخل وظيفي تطبيقي، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2022م
المراجع المساندة	- محمد ناصر، سامر المصطفى. سلوك المستهلك، جامعة دمشق، ط1، 2019م. اياد النسور، مبارك القحطاني. سلوك المستهلك: المؤثرات الاجتماعية، الثقافية، النفسية، التربوية، دار الموسوعة للنشر والتوزيع، ط1، 2017م. محمد إبراهيم عبيدات. سلوك المستهلك: مدخل استراتيجي، ط1، دار وائل للنشر، 2012 - منير نوري. سلوك المستهلك المعاصر، ديوان للمطبوعات الجامعية، ط1، 2013م.
المصادر الإلكترونية	https://www.google.com/search?safe=strict&rlz=1C1GCEA_enSA835SA835&q=%D9%86%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%AC+%D8%B3%D9%84%D9%88%D9%83+%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D9%84%D9%83+pdf&sa=X&ved=2ahUKewjz--eV8PDnAhXMBWMBHVPgB0wQ1QIoBnoECBMQBw&biw=1517&bih=730
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية	قاعة دراسة لا يزيد عدد الطلبة فيه عن (50) طالباً.
التجهيزات التقنية	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقييم	المقيمون	طرق التقييم
مباشر	غير مباشر	
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	استبيان تقييم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	أنشطة داخل الفصل + دراسة حالة

طرق التقييم		المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر	مباشر		
استبيان تقويم المقرر + استبيان تقييم البرنامج	أوراق فردية + التحكيم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مصادر التعلم
استبيان تقويم المقرر	العروض التقديمية + تكاليف منزلية	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: الإبداع في الإعلان
رمز المقرر: MRCD 202
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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:	7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (٣ ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

تعريف الطلاب بنظريات وممارسات الإبداع المستخدمة في صناعة الإعلان، والاستراتيجيات الابتكارية في مجال الإعلان والتقنيات الإعلانية على اختلاف مستوياتها، وكيفية تطبيق الابتكار الاعلاني كتابة وتصميما في وسائل الإعلان المختلفة.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكتساب الطلاب المهارات الفكرية اللازمة للابتكار الاعلاني والمهارات الفنية والكتابية لعمل اعلانات مبتكرة في الوسائل الاعلانية المختلفة

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي		
2	التعليم الإلكتروني	٤٥	٪١٠٠
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	٢٠	٤٤٪
2	معمل أو إستوديو	١٣	٢٩٪
3	ميداني	١٢	٢٧٪
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يصف أنواع ومستويات التفكير المختلفة.	ع1	المحاضرة - الألعاب التعليمية - الخرائط الذهنية - مناقشات تفاعلية	اختبار تحريري / أوراق عمل تحتوي على أسئلة تصنيفية تطلب من الطالب وصف وتحديد مستويات التفكير في حالات معينة.
1.2	يشرح التفكير الإبداعي ومقوماته وخصائصه.	ع2	المحاضرة التفاعلية - مجموعات النقاش - العصف الذهني	اختبار تحريري
2.0	المهارات			
2.1	يصمم أفكار فريدة ومتنوعة للإعلانات في وسائل الإعلان المختلفة.	م2	محاكاة بيئة العمل - دراسة الحالة	تحكيم (تقييم) + تقارير التحليل
2.2	يحلل التكتيكات الإعلانية المستخدمة في الإعلانات المختلفة.	م3	العمل الجماعي + المناقشات الجماعية	
2.3	يصيغ الطالب استراتيجيات إعلانية مبتكرة.	م5	دراسة الحالة + التطبيق العملي	
2.4	يستخدم الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة في تصميم وإنتاج الإعلانات الإبداعية.	م3	استراتيجية المشروعات	مشاريع فردية / جماعية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			

الرمز	نواتج التعلم	رموز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.1	يقدم وجهات نظر واضحة حول أخلاقيات الإعلان في الأفكار المبتكرة.	ق1	محاكاة بيئة العمل + تقييم الزملاء	تحكيم (تقييم)

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مفاهيم ونظريات التفكير والابداع	3
2	متغيرات الابتكار الاعلاني	6
3	الاستراتيجية الابتكارية في مجال الاعلان	9
4	تكنيكيات الاقناع في الاعلان	6
5	كتابة الاعلانات	6
6	الابداع في الشعار المرسوم	6
7	الابداع في الشعار المكتوب	3
8	سيكولوجية اللون	3
9	الابداع في تصوير وضاءة الاعلان التلفزيوني	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	تطبيقات	١٢-٤	٪٦٠
2	الاختبار النهائي	الرابع عشر	٪٤٠

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

- بشير العلاق. الإبداع والابتكارية في الإعلان: مدخل تطبيقي، مجموعة اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2017

المرجع الرئيس للمقرر

المراجع المساندة	- عبد الباسط شاهين. الإعلان: الابداع – الاستراتيجية – التكتيك، دار أمجد للطباعة والنشر، ط1، 2020م
المصادر الإلكترونية	- https://hbr.org/visual-library - https://adacado.com/blog/the-importance-of-creative-in-advertising/
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	القاعة الدراسية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
مباشر	غير مباشر	
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	استبيان تقييم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	استبيان تقييم المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	استبيان تقييم المقرر + استبيان تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	استبيان تقييم المقرر

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



طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ





توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: الإنتاج المرئي
رمز المقرر: MRCD 204
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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 6
- هـ. مصادر التعلم والمرافق: 6
- و. تقويم جودة المقرر: 7
- ز. اعتماد التوصيف: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3)

2. نوع المقرر

☐ أخرى	☐ متطلب مسار	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب كلية	☐ متطلب جامعة	أ -
		☐ اختياري		☒ إجباري	ب -

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

4. الوصف العام للمقرر

تعريف الطلاب بمفاهيم وأساسيات إنتاج المحتوى المرئي، بما في ذلك الجوانب التقنية والإبداعية، ويتناول المقرر الأدوات والمعدات المستخدمة في تصوير وتحرير الفيديو، مع التركيز على مهارات التخطيط والإخراج والإنتاج وفقاً لمعايير الصناعة.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

MBCD 114

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

NONE

7. الهدف الرئيس للمقرر

تمكين الطلاب من اكتساب مهارات إنتاج المحتوى المرئي بطرق مبتكرة واحترافية مع القدرة على العمل في بيئات إنتاج متعددة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	10	22.2%
2	معمل أو إستوديو	25	55.6%
3	ميداني	10	22.2%
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يشرح الأسس النظرية والتطبيقية لتقنيات التصوير والإضاءة المستخدمة في الإنتاج المرئي.	م1	محاضرات تفاعلية تناقش الأسس النظرية	اختبارات تحريرية: تتضمن أسئلة متعددة الخيارات وأسئلة مقالية لقياس قدرة الطلاب على تحديد، وشرح وتصنيف المفاهيم والأدوات.
1.2	يصنف أنواع المعدات والبرامج المستخدمة في عمليات تحرير الفيديو والإنتاج الصوتي بناءً على خصائصها واستخداماتها المختلفة.	ع3	مناقشات جماعي + استراتيجيات التطبيق العملي +	تحليل مشروع: يتطلب من الطلاب تصنيف واستخدام معدات محددة بناءً على خصائص المشاريع المختلفة.
2.0	المهارات			
2.1	يحلل عناصر الإنتاج المرئي، بما يشمل الإضاءة، الصوت، الكاميرات، وبرامج التحرير، وتأثير كل منها على جودة المخرجات.	م1	تدريب عملي على استخدام الكاميرات وبرامج التحرير.	تقييم عملي: حيث يختبر الطلاب قدرتهم على تحليل عناصر الإنتاج المرئي وفقاً لمثال مطروح.

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.2	يناقش الأسس النظرية التي يقوم عليها التصوير الاحترافي، مثل استخدام الزوايا، تكوين الإطار، وأثر الإضاءة على المشهد.	4م	استراتيجية محاكاة بيئة العمل + استراتيجيات التطبيق العملي.	مشاريع جماعية: تتطلب من الطلاب لأسس النظرية التي يقوم عليها التصوير الاحترافي وفقا لمثال واقعي يشاهدونه.
2.3	يقيم التحديات المرتبطة بعمليات الإنتاج المرئي وطرح حلول نظرية لتحسين الجودة.	4م	مناقشات تفاعلية ضمن مجموعات لطرح حلول للتحديات الإنتاجية.	عروض تقديمية: يقدم الطلاب فيها تحليلهم للتحديات التي يمكن مواجهتها في عملية الإنتاج المرئي.
2.4	يحكم على دور تخطيط المشاهد (Storyboarding) كأداة نظرية لتحقيق التماسك الإبداعي في العمل المرئي.	5م	استراتيجية الورشة التعليمية + تحليل مقاطع فيديو متنوعة لمقارنة أساليب الإخراج وتخطيط المشاهد	عروض تقديمية حول الأسس العملية في تخطيط المشاهد.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	تقديم وجهات نظر واضحة حول تعزيز العمل الجماعي، الالتزام بالمعايير الأخلاقية في جميع مراحل إنتاج المحتوى.	1ق	النقاشات، ورش العمل، ودراسات الحالة.	تحليل أخلاقي للمشاريع، تقييم زملاء، وتقديم مشاريع فردية.

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في إنتاج المحتوى المرئي	3
2	أساسيات التصوير والإضاءة	6
3	التحرير باستخدام برامج الفيديو	6
4	مبادئ الإخراج والتخطيط للإنتاج	6
5	إنشاء وتحرير الصوت للمشاريع	4
6	التقنيات الحديثة في الإنتاج المرئي	5
7	التأثيرات البصرية واستخدام المؤثرات الخاصة	5

4	حقوق الملكية الفكرية وأخلاقيات الإنتاج	8
6	تطبيق عملي لمشروع الإنتاج	9
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري	الأسبوع 7	20%
2	عرض تقديمي	الأسبوع 8	15%
3	اختبار شفوي	الأسبوع 9	15%
4	مشروع جماعي	الأسبوع 11	25%
5	تقييم عملي للمشاريع	الأسبوع 13	25%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	سليم، عصام نصر، أسس الإنتاج المرئي (للفيديو والإعلام الرقمي). 2023. دار الآفاق العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1.
المراجع المساندة	- الرفاعي، علي محمود. (2020). فن التصوير التلفزيوني والسينمائي. الطبعة الثانية، دار الشروق، عمان. - سالم، محمد إسماعيل. (2019). تكنولوجيا الإنتاج الإعلامي. الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
المصادر الإلكترونية	Coursera - Fundamentals of Video Production https://www.coursera.org YouTube Channels Film Riot قناة تعليمية على يوتيوب تقدم دروسًا ومحتوى تعليمي في مجال الإنتاج المرئي. Cinecom.net قناة متخصصة في تقديم شروحات حول تقنيات التصوير والتحرير. Adobe Creative Cloud Tutorials https://helpx.adobe.com/creative-cloud/tutorials-explore.html
أخرى	-----

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم	
		مباشر	غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + واجبات صفية	استبيان تقويم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	مشاريع عملية + مناقشات	استبيان تقويم المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع فردية / جماعية + التحكيم	استبيان تقويم المقرر + استبيان تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	العروض التقديمية + مشاريع فردية	استبيان تقويم المقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: تحليل البيانات
رمز المقرر: MRCD 208
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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: 6
- و. تقويم جودة المقرر: 7
- ز. اعتماد التوصيف: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يركز هذا المقرر على تطوير مهارات تحليل البيانات لفهم سلوك المستهلك وتوجيه استراتيجيات الاتصال التسويقي. يشمل المقرر تعريفاً بمفاهيم تحليل البيانات، أدواتها، وأساليبها، مع التركيز على التطبيقات العملية في حملات التسويق، ويتم استعراض أمثلة واقعية وتقنيات تحليلية تساهم في تحقيق أهداف رؤية المملكة 2030، مثل تحسين الكفاءة، تعزيز الابتكار، ودعم التحول الرقمي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

NONE

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

NONE

7. الهدف الرئيس للمقرر

تمكين الطلاب من فهم مبادئ تحليل البيانات وأهميتها في الاتصال التسويقي، وتطبيق أدوات التحليل لفهم سلوك الجمهور واتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة، وتوظيف التحليل في تصميم استراتيجيات تسويق تتماشى مع أهداف رؤية المملكة 2030.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	10	22.2
2	معمل أو إستوديو	35	77.8
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يذكر مفاهيم وأساسيات تحليل البيانات ودورها في الاتصال التسويقي.	ع1	المحاضرة + المناقشات الجماعية	اختبار تحريري
1.2	يفسر سلوك الجمهور المستهدف لاتخاذ قرارات تسويقية فعالة بناءً على بيانات دقيقة.	ع2	المحاضرة + الورشة التعليمية	واجبات صفية + تكاليف منزلية + التحكيم
2.0	المهارات			
2.1	يصمم استراتيجيات اتصال تسويقية فعالة مستندة إلى تحليل البيانات.	م5	الورشة التعليمية + الفيديوهات التعليمية + دراسة حالة	أوراق فردية + تقارير التحليل (تقارير دراسة الحالة) + اختبار تحريري
2.2	يطبق أدوات وتقنيات تحليل البيانات لاستخراج الأنماط والاتجاهات من البيانات التسويقية.	م3	المحاضرة + الورشة التعليمية + المشروعات	عروض فردية + التحكيم
2.3	يستخدم توظيف تحليل البيانات في تحقيق أهداف رؤية المملكة 2030.	م4	تقديم العروض + محاكاة بيئة العمل	أنشطة داخل الفصل (مناقشات) + التحكيم + اختبار تحريري
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.1	يلتزم بمعايير النزاهة والشفافية في التعامل مع البيانات وتحليلها.	ق1	المناقشات الجماعية + تقديم العروض	التحكيم
3.2	توضيح قيمة تحليل البيانات في تحقيق التنمية المستدامة وفقًا لرؤية المملكة 2030.	ق2	التطبيق العملي + العصف الذهني	أوراق فردية + التحكيم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	تعريف تحليل البيانات وأهميته في الاتصال التسويقي.	5
2	أنواع البيانات (كمية، نوعية) + دورة حياة تحليل البيانات	5
3	برامج التحليل مثل Excel ، Power BI ، و Google Analytics	6
4	تقنيات تحليل البيانات الضخمة (Big Data)	3
5	استخدام الذكاء الاصطناعي في التحليل	3
6	جمع البيانات من مصادر مختلفة (استطلاعات، وسائل التواصل الاجتماعي، أدوات تتبع الجمهور).	6
7	تخصيص استراتيجيات التسويق بناءً على البيانات.	6
8	تقنيات تحليلات النص	5
9	أمثلة ناجحة من السوق السعودي	6
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري	الأسبوع 7 - 15	40%
2	واجبات صفية + تكاليف منزلية + التحكيم	الأسبوع 3 + 6 + 8	25%
3	أوراق فردية + تقارير التحليل (تقارير دراسة الحالة)	الأسبوع 9 + 10	25%
4	عروض فردية + أنشطة داخل الفصل (مناقشات)	الأسبوع 4 + 11 + 13	10%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

إياد عبد الفتاح النصور. القياس التسويقي: مدخل نظري تطبيقي لأنشطة الاتصال التسويقي، دار المحكم للنشر والتوزيع، ط1، 2023م	المرجع الرئيس للمقرر
Guerrero., H., Excel Data Analysis: Modeling and Simulation, second (2019) edition, Springer Nature Switzerland Aykroyd, R. G., Leiva, V., & Ruggeri, F. (2019). Recent developments of control charts, identification of big data sources and future trends of current research. Technological Forecasting and Social Change, 144, 221-232. Pitz, K., & Anderl, R. (2018, November). Implementing clustering and classification approaches for big data with MATLAB. In Proceedings of the Future Technologies Conference (pp. 458-480). Springer, Cham.	المراجع المساندة
https://www.programming-ocean.com/blogs/show.php?id=%D8%A3%D9%81%D8%B6%D9%84-20-%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A7-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
يحددها أستاذ المادة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم		المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر	مباشر		
استبيان تقويم المقرر	اختبارات + واجبات صفية	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	فاعلية التدريس
استبيان تقويم المقرر	مشايع جماعية + التحكيم	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	فاعلية طرق تقييم الطلاب
استبيان تقويم المقرر + استبيان تقييم البرنامج	مشايع جماعية + التحكيم + دراسة الحالة	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مصادر التعلم
استبيان تقويم المقرر	عروض جماعية + مشايع جماعية	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22هـ	تاريخ الجلسة

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: حملات الاتصال التسويقي
رمز المقرر: MRCD 205
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال تسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



جدول المحتويات

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

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري		☐ اختياري		

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

4. الوصف العام للمقرر

تعريف الطلاب بأسس تصميم وتنفيذ الحملات التسويقية المتكاملة، بما يشمل استراتيجيات الاتصال، اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة، وتقييم فعالية الحملات، يركز المقرر على تحليل سلوك الجمهور المستهدف واستخدام أدوات التكنولوجيا والبيانات لدعم اتخاذ القرارات التسويقية، كما يتناول أمثلة عملية وتطبيقات واقعية لتعزيز الفهم والتطبيق العملي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكتساب الطالب المعارف النظرية والمهارات التطبيقية حول التخطيط للحملات التسويقية، والتحليل الموقفي للعلامة التجارية، ورسم استراتيجيات الرسائل الإعلانية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي	15	33.3%
2	التعليم الإلكتروني	30	66.7%
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	33.3%
2	معمل أو إستوديو	30	66.7%
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يذكر محددات حملات الاتصال التسويقي والإعلان.	ع1	محاضرة + مناقشات جماعية	اختبار تحريري
2.0	المهارات			
2.1	يحلل الموقف التسويقي وفقاً لقياس إدراك المستهلكين.	م3	العصف الذهني	الاختبار التحريري + تكاليف منزلية + واجبات صفية
2.2	يصيغ أهداف الاتصال التسويقي المختلفة.	م5	الورش التعليمية	
2.3	يصمم استراتيجيات الاتصال التسويقي والإعلان.	م2	التعلم بالنمذجة + المشروعات	
2.4	يخطط ميزانية الحملات التسويقية	م4	التطبيق العملي	
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يلتزم بأخلاقيات التسويق والشفافية في تصميم وتنفيذ حملات الاتصال التسويقي	م1	تقديم العروض	مشاريع جماعية + تحكيم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	محددات حملات الاتصال التسويقي	6
2	تحليل الموقف التسويقي	5

3	قياس إدراك المستهلكين	6
4	تحديد الأهداف الإعلانية	5
5	استراتيجية التسويق والاتصال	6
6	استراتيجية الرسائل الإعلانية (الموجز الابتكاري)	4
7	تحديد أهداف الاتصال (الوصول – التكرار – مصفوفة الاتصال)	3
8	اختيار أدوات الاتصال التسويقي والجدولة + الميزانية والمخصصات.	7
9	قياس فعالية حملات الاتصال التسويقي.	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري	الأسبوع 15	35%
2	تكاليف منزلية + واجبات صفية	الأسبوع 4 + 7 + 9	40%
3	مشاريع جماعية + تحكيم	الأسبوع 10 - 12	25%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	- حسن نيازي الصيفي (2018). الحملات الاعلانية، ط1، مكتبة المتنبى.
المراجع المساندة	- محمد عبد الوهاب الفقيه (2014). الاتصال التسويقي وتخطيط الحملات الاعلانية، دار الكتاب الجامعي.
	- عبد اللطيف بن دبيان العوفي (2018م) حملات التوعية الاعلامية – الأسس النظرية والاجراءات التطبيقية، جامعة الملك سعود – النشر العلمي والمطابع (الرياض).
المصادر الإلكترونية	- رندة عاشور عبد العزيز بسيوني (2017) الحملات الانتخابية عبر الاعلام الجديد، المكتب العربي للمعارف.
	Tom Duncan (2015), Advertising & IMC, 2ND Edition.
أخرى	-Kelley, Larry, Jugen Heimer, Donald W (2015) Advertising Account, Planning and Managing an IMC Campaign. Routledge..
	https://emarketing.sa/%D9%83%D9%84-%D9%85%D8%A7-%D8%AA%D8%B1%D9%8A%D8%AF-%

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
مباشر	غير مباشر	
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + استبيان تقويم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	تكاليف منزلية + استبيان تقويم المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع جماعية + استبيان تقويم المقرر + استبيان تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مشاريع جماعية + استبيان تقويم المقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ

2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: صناعة المحتوى في الاتصالات التسويقية
رمز المقرر: MRCD 206
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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:	6
و. تقويم جودة المقرر:	6
ز. اعتماد التوصيف:	7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يعد هذا المقرر أساساً لفهم مبادئ وممارسات إنشاء وإدارة المحتوى التسويقي، مع التركيز على تحديد العوامل الأساسية التي تساهم في نجاح إنتاج محتوى تسويقي مثالي. كما يتناول المقرر استكشاف أساليب الكتابة للمحتوى التسويقي عبر مختلف وسائل الإعلام، بالإضافة إلى مقارنة استراتيجيات التسويق الأمثل للمحتوى التسويقي، وإنتاج أنواع متعددة من المحتوى التسويقي بمختلف أشكاله.

5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف مقرر صناعة المحتوى التسويقي إلى تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات الضرورية لإنشاء وتوزيع محتوى تسويقي فعال، قادر على جذب الجمهور المستهدف وتحفيزه على التفاعل مع العلامة التجارية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي		
2	التعليم الإلكتروني	18	40%
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	27	60%
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	18	40%
2	معمل أو إستوديو	27	60%
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	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	يشرح مبادئ وممارسات إنشاء المحتوى التسويقي.	ع1	المحاضرة	اختبار تحريري
1.2	يصف مقومات نجاح إنتاج محتوى تسويقي نموذجي.	ع4	مناقشات جماعية - التدريس القائم على التفكير - التعلم بالنمذجة.	واجبات صفية
2.0	المهارات			
2.1	يبتكر محتوى تسويقي فعال لوسائل الاتصال التسويقي المختلفة.	م2	الورشة التعليمية + العمل الجماعي	واجبات صفية + مشاريع جماعية + التحكيم + اختبار تحريري
2.2	يطبق أسلوب السرد القصصي في صناعة المحتوى التسويقي.	م5	محاكاة بيئة العمل + العصف الذهني	واجبات صفية + تحكيم
2.3	يحلل تقنيات الكتابة المستخدمة في صناعة المحتويات التسويقية المختلفة.	م3	دراسة الحالة + تقديم العروض	تقارير التحليل (دراسة الحالة) + التحكيم + اختبار تحريري
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يقبل النقد البناء حول أفكار صناعة المحتوى التسويقي.	ق2	تقييم الزملاء + العصف الذهني	عروض جماعية + التحكيم

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.2	يلتزم بالأخلاقيات والقيم الثقافية للمجتمع عند صناعة المحتوى التسويقي.	ق1	مشروعات جماعية	التحكيم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	أساسيات كتابة المحتوى – هدف المحتوى – اختيار المنصة – تحديد الفئة المستهدفة – كيفية ربط المحتوى بالعائد على الاستثمار seo – أنواع المحتوى التسويقي – كتابة محتوى العروض والتخفيضات.	3
2	ربط صناعة المحتوى بشخصية العلامة التجارية – اختيار وكتابة الكلمات المفتاحية- حضور العلامة التجارية	3
3	نبذة عامة عن السرد القصصي وتقنيات الكتابة بالأسلوب القصصي	3
4	التسويق بالمحتوى – مناقشة الدور الذي يلعبه المحتوى في رحلة اتخاذ القرار للمستهلك الحديث	3
5	أشكال واستراتيجيات المحتوى التسويقي.	8
6	التخطيط لإنتاج محتوى تسويقي من حيث (كتابة الأهداف + الجمهور المستهدف – اختيار المنصة المناسبة)	5
7	مهارات صناعة المحتوى التسويقي للوسائل المطبوعة والمرئية والمسموعة والرقمية بطريقة جذابة تفاعلية.	5
8	النواحي الفنية والتقنية لإنتاج المحتوى التسويقي وأخلاقيات صناعة المحتوى التسويقي ومعرفة الاستراتيجيات التسويقية والترويجية المختلفة وتطبيقاتها.	11
9	كيفية وضع خطط محتوى الاتصال التسويقي التكامل من خلال التنسيق بين عناصر المزيج الترويجي المستخدمة في الحملات التسويقية.	4
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري	الأسبوع 7 + 15	30%
2	واجبات صفية + مشاريع جماعية + التحكيم	الأسبوع 5 إلى الأسبوع 9	35%
3	تقارير التحليل (دراسة الحالة)	الأسبوع 10	10%
4	عروض جماعية	الأسبوع 11 إلى 13	25%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المراجع الرئيس للمقرر	عبد العزيز هلابي / بسام السيد. رحلة محتوى دليل صناعة المحتوى للإعلام الرقمي، كتب مؤلفين للنشر، ط1، 2021م.
المراجع المساندة	- ابراهيم العبود. صناعة المحتوى الابداعي، دار وجوه للنشر والتوزيع، ط1، 2021م. - سامي الخولاني، أكرم العديني. أكثر من 30 نصيحة في المحتوى التسويقي، 2019 - حسام حسان. ماركتنج: خلاصة التسويق، 2019 - عبدالله الداوود، كتابة المحتوى (كيف تكتب محتوى متميزاً)، 2020
المصادر الإلكترونية	https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/ https://www.japublishers.com/360d/
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
		مباشر غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + استبيان تقويم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	مشاريع جماعية + التحكيم
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع جماعية + استبيان تقويم المقرر + استبيان تقييم البرنامج



طرق التقييم		المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر	مباشر		
استبيان تقويم المقرر	عروض جماعية + مشاريع جماعية	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة



2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: هوية العلامة التجارية
رمز المقرر: MRCD 207
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

- أ- ☐ متطلب جامعة ☐ متطلب كلية ☒ متطلب تخصص ☐ متطلب مسار ☐ أخرى
- ب- ☒ إجباري ☐ اختياري

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

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر الأسس النظرية والعملية لبناء وتطوير هوية العلامة التجارية، حيث يركز على العناصر البصرية وغير البصرية التي تميز العلامة التجارية وتساهم في تعزيز مكانتها في السوق، كما يشمل اختيار الألوان والشعارات، صياغة الرسائل، وضمان التناسق عبر مختلف القنوات التسويقية.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لتطوير وتنفيذ استراتيجيات فعالة لبناء وإدارة العلامات التجارية، بما يمكنهم من تحقيق تميز تنافسي وجذب ولاء العملاء.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	35	77.8%
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني	10	22.2%
4	دروس إضافية	--	--
5	أخرى	--	--
	الإجمالي	45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يلخص المبادئ الأساسية لهوية العلامة التجارية ودورها في بناء العلامة.	ع1	المحاضرة + المناقشات الجماعية	اختبار تحريري
1.2	يحدد النماذج النظرية المرتبطة بتطوير الهوية البصرية وغير البصرية.	ع3	استراتيجية K.W.L + المحاضرة + التعلم بالاكشاف	اختبار تحريري + واجبات صفية
2.0	المهارات			
2.1	يحلل أمثلة واقعية لهويات علامات تجارية ناجحة وفاشلة.	م2	استراتيجية التعلم بالنمذجة + المحاضرة + محاكاة بيئة العمل	مشاريع جماعية + تحكيم
2.2	يبتكر حلول لمشكلات تواجه العلامات التجارية في تطوير الهوية.	م3	استراتيجية التدريس التبادلي + العمل الجماعي	اختبار تحريري + عروض فردية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	تأسيس دليل للهوية البصرية (Brand Identity Guidelines).	ق1	استراتيجيات المشروعات	تكاليف منزلية + عرض تقديمي جماعي
3.2	توضيح قيمة تقديم عروض تقديمية توضح هوية العلامة والرسائل المرتبطة بها وكيفية نشرها.	ق2		

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة إلى هوية العلامة التجارية: المفهوم، المبادئ، والرؤية، والرسالة، والقيم.	6
2	مكونات الهوية البصرية: الشعار، الألوان	3
3	مكونات الهوية البصرية: الخطوط، الصور.	3
4	العناصر غير البصرية: النبرة (الصوت)، القيم، القصة.	6
5	رمز البراند (اللوجو) والعلامات التجارية.	3
6	استهداف البراند وبناء الموقع الذهني لها.	3
7	الاستراتيجية والابتكار في تطوير الهوية (اسم البراند - قصص البراند - كلمات البراند - شعار البراند)	8
8	نشر البراند بشكل صحيح (تجربة البراند - نمو البراند)	5
9	دراسات حالة لهويات ناجحة وفاشلة.	8
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبارات تحريرية	الأسبوع 7	40%
2	مشروع جماعي	الأسبوع 9	20%
3	عروض تقديمية	الأسبوع 8	15%
4	واجبات صفية + تكاليف منزلية	الأسبوع 11	15%
5	مناقشات + تحكيم	الأسبوع 13	10%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	فيليب كوتلر. البراندينج: دليلك لبناء هوية تجارية قوية، ترجمة مريم عصام وحسام حسان، التسويق اليوم للنشر والتوزيع، ط1، 2023م
المراجع المساندة	ألينا ويلر (2019) تصميم هوية العلامة التجارية: دليل أساسي لفريق العلامة التجارية بأكمله، ط5. ديفيد آيري (2014) حب تصميم الشعار: دليل إلى تصميم هويات العلامة التجارية المميزة. مارتي نيومير (2015) فجوة العلامة التجارية: كيفية سد المسافة بين استراتيجية الأعمال والتصميم. Clow, K., and Baack, D. (2010) Integrated advertising, promotion, and marketing communications. 4th edition, Upper Saddle River NJ: Pearson.

Keller, K. L. (2003) "Brand synthesis: the multidimensionality of brand knowledge",
Journal of Consumer Research, Vol.29, March, pp.595-600

<https://www.wipo.int/trademarks/ar>

<https://www.wipo.int/ip-outreach/ar/ipday/2021/toptips/trademarks.html>

المصادر الإلكترونية

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	القاعات الدراسية
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السيورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض + أجهزة حاسب آلي
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
مباشر	غير مباشر	
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + واجبات صفية
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	تكاليف منزلية + اختبارات + واجبات صفية
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع جماعية أنشطة داخل الفصل + التحكيم
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	العروض التقديمية + مشاريع جماعية

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
--------------	---------------------------



السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة



2024

TP-155



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف الخبرة الميدانية (بكالوريوس)

اسم المقرر: التدريب التطبيقي
رمز المقرر: MRCD 225
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



جدول المحتويات

- أ. التعريف بالخبرة الميدانية ومعلومات عنها 3
- ب. نواتج التعلم للخبرة الميدانية وأنشطة التدريب وطرق تقييمها 3
- ج. إدارة الخبرة الميدانية 4
- د. تقويم جودة التدريب 7
- هـ. اعتماد التوصيف: 7



أ. التعريف بالخبرة الميدانية

1. الساعات المعتمدة: (6 ساعات)		
2. المستوى الدراسي الذي تقدم فيه الخبرة الميدانية (السنة الثانية / المستوى الرابع)		
3. الزمن المخصص للخبرة الميدانية		
(8) أسبوع	(4-3) يوم	(6-5) ساعة
4- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (أو المتطلبات السابقة إن وجدت) مع هذا المقرر		
none		
6- نمط التدريب :		
☐ ميداني	☐ مدمج (حضورى / إلكترونى)	☒ عن بعد

ب. نواتج التعلم للخبرة الميدانية وأنشطة التدريب وطرق تقييمها

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	أنشطة التدريب	طرق التقييم	مسؤولية التقييم
1.0	المعرفة والفهم				
1.1	يحدد المصطلحات الأكثر تداولاً في بيئة العمل الفعلية الخاصة بالاتصال التسويقي.	2ع	عروض تقديمية - التدريب العملي - المناقشات الجماعية	التقرير الأسبوعي للتألم عن العمل في جهة التدريب.	أستاذ المقرر
1.2	يشرح الوصف الوظيفي للمهام والمناصب لدى جهة التدريب.	1ع	المحاضرة - الخرائط المفاهيمية	المناقشة التوليدية - التقرير الأسبوعي للتألم.	المشرف الميداني + أستاذ المقرر
1.3	يذكر قواعد العمل الملزمة في شركات الاتصال التسويقي.	3ع	المناقشات الجماعية	عرض تقديمي.	المشرف الميداني + أستاذ المقرر
2.0	المهارات				
2.1	يمارس مهارة استخدام البرامج الاحترافية المختلفة في إنتاج المحتوى الرقمي التسويقي المتميز.	3م	التطبيقات العملية	التطبيقات الفردية والجماعية + المناقشات الجماعية	المشرف الميداني
2.2	يستخدم الإنترنت وتطبيقاته التسويقية بكفاءة عالية.	4م	التطبيقات العملية	التطبيقات الفردية والجماعية + المناقشات الجماعية	المشرف الميداني

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	أنشطة التدريب	طرق التقييم	مسؤولية التقييم
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية				
3.1	تبنى إنتاج وإدارة المحتوى التسويقي للمنصات المختلفة باحترافية.	ق1	التطبيقات العملية	التقرير النهائي	أستاذ المقرر + لجنة من القسم
3.2	توضيح قيمة استخدام الأدوات الرقمية والتقنية باحترافية لإنتاج مشاريع تسويقية رقمية تفاعلية.	ق2	التطبيقات العملية	التقرير النهائي + بورتفوليو	أستاذ المقرر + لجنة من القسم

طرق التقييم (اختبار تطبيقي، تقرير ميداني، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، واجبات، ... الخ).

ج. إدارة الخبرة الميدانية

1. الأدوار والمسؤوليات

يتضمن الوحدات أو الإدارات واللجان المسؤولة عن الخبرة الميدانية بما يتضح به العلاقات بينها.

وحدة التدريب على مستوى الكلية.
- تقوم بعمل قوائم الجهات التدريبية لطلبة التدريب على مستوى كل قسم. - توزيع النماذج الخاصة بالتدريب مثل نماذج قوائم الطلبة وتقييم جهة التدريب ونموذج موافقة والى الأمر. - متابعة اكتمال أعداد الطلبة كاملة والتحاقهم بالعملية التدريبية، وذلك بالتنسيق مع أستاذ المادة،
- لجنة الخريجين على مستوى القسم.
- مراجعة ملفات الطلبة المتوقع تخرجهم، والذين مقرر دراستهم لمقرر التدريب. - عمل قاعدة بيانات للخريجين ومتابعهم. - التنسيق مع وحدة التدريب بالكلية بخصوص النماذج الخاصة بالتدريب. - توعية الطلبة بحسن تمثيل الجامعة لدى مؤسسة التدريب والالتزام بأخلاقيات العمل.

2. توزيع مسؤوليات أنشطة الخبرة الميدانية:

النشاط	القسم أو الكلية	عضو هيئة التدريس	الطالب	جهة التدريب	المشرف الميداني
اختيار موقع الخبرة الميدانية					
اختيار الطاقم الإشرافي					
توفير التجهيزات المطلوبة					
توفير مصادر التعلم					
التأكد من سلامة الموقع					
التنقل من وإلى موقع الخبرة الميدانية					
تقديم الدعم والإرشاد					

المشرف الميداني	جهة التدريب	الطالب	عضو هيئة التدريس	القسم أو الكلية	النشاط
					تنفيذ أنشطة التدريب (الواجبات والتقارير والمشاريع،)
					متابعة أنشطة تدريب الطلاب
					ضبط الحضور والانصراف
					تقويم مخرجات التعلم
					تقويم جودة الخبرة الميدانية
					أخرى (تذكر)

3. موضوعات المقرر:

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	أساسيات الاتصال التسويقي • التركيز على المصطلحات الرئيسية في بيئة العمل الفعلية. • فهم طبيعة العمل في شركات التسويق	10
2	الوصف الوظيفي وهيكلية المهام • تحليل المهام والمناصب في جهات التدريب. • دراسة القواعد التنظيمية لشركات الاتصال التسويقي.	10
3	أخلاقيات العمل والالتزام التنظيمي • التعريف بقواعد العمل الملزمة (مثل السرية، والالتزام بالمواعيد). • مناقشة حالات عملية لتعزيز الالتزام المهني	10
4	تطبيقات البرامج الاحترافية في التسويق الرقمي • تدريب عملي على استخدام أدوات مثل Canva ، Adobe Suite ، Microsoft Office. • تصميم محتوى رقمي متميز (عروض تقديمية، مواد دعائية).	10
5	استراتيجيات التسويق عبر الإنترنت • تحليل منصات التواصل الاجتماعي وأدوات التحليل الرقمي مثل Google Analytics • تطبيقات عملية لإنشاء حملات تسويقية فعالة.	10
6	إدارة المحتوى الرقمي للمنصات المتعددة • تخطيط وإنتاج محتوى متوافق مع خصائص كل منصة LinkedIn ، Instagram ، مواقع الويب. • دراسة حالات ناجحة في إدارة المحتوى التسويقي.	10
7	التقنيات الحديثة في التسويق التفاعلي • استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات التسويقية. • تصميم مشاريع تفاعلية باستخدام أدوات مثل Chatbots ، AR/VR.	10

10	التقييم والتقارير في التدريب التطبيقي	8
	• تدريب على إعداد التقارير الأسبوعية والنهاية. • تحليل النتائج وتقديم ملاحظات بناءة للتحسين.	
10	المسؤولية المهنية والعمل الجماعي	9
	• تعزيز مهارات العمل ضمن فريق. • مناقشة دراسات حالة عن التحديات الأخلاقية في بيئة العمل.	
90	المجموع	

4. متطلبات مواقع الخبرة الميدانية

المتطلبات الخاصة**	المتطلبات العامة *	مواقع الخبرة الميدانية المقترحة
معرفة كيفية تخطيط وشراء المساحات الإعلانية	معرفة كيفية التأكد من وجود الاستراتيجية المناسبة التي تضمن الحضور والتميز الدائم للعلامة التجارية	شركة حكاية إعلان شركة مفن شركة ياسمين التجارية

* مثل: توفر تقنية معلومات، التجهيزات، المعامل، القاعات، السكن، مصادر التعلم، العيادات ... إلخ

** متطلبات خاصة بالمؤسسة محل التدريب أو مرتبطة بطبيعة التخصص، مثل: معايير السلامة والتعامل مع المرضى في التخصصات الطبية ... الخ

5. الإجراءات المتبعة لاتخاذ القرار بشأن تحديد مواقع الخبرة الميدانية المناسبة

- تحديد العديد من مواقع الخبرة الميدانية.
- التأكد من تناسب موقع الخبرة الميدانية مع طبيعة الأهداف التدريبية المرجو تحقيقها من التدريب.
- التأكد من أن موقع الخبرة الميدانية يتضمن قطاعات تستوعب الأعداد المقرر تدريبها من الطلبة.
- توضيح كيفية التدريب ومهامه للطلبة في كل موقع ميداني.
- يمكن للطلاب أن يقترح جهة تدريبية بشرط الحصول على موافقة الجهة التدريبية وفحص الطلب من قبل المشرف الأكاديمي ورئيس القسم.
- الاتفاق مع الجهات التدريبية على كيفية التدريب، الأوقات المسموح بها- الأعداد المخصصة من الطلبة للبدء في عملية التدريب.
- الحصول على الموافقة الرسمية من القسم العلمي للتأكد من مناسبة مواقع الخبرة الميدانية لتدريب الطلبة، وموافاة القسم بكافة المستندات التي تطرأ على العملية التدريبية.
- توضيح البنود الرئيسة لتقييم الطلبة للمشرف الميداني.
- توضيح البنود الرئيسة لتقييم الجهة التدريبية للطلبة.
- توضيح كيفية عمل التقرير النهائي للطلبة.
- توضيح أسس التقييم النهائي للطلبة وتوزيع درجات الخبرة الميدانية.

6. إدارة السلامة والمخاطر



المخاطر المحتملة	إجراءات الوقاية	إجراءات التعامل مع المخاطر
مشاكل الضغط – مشاكل ضيق التنفس	الإسعافات الأولية	أثناء الاتفاق مع الجهة التدريبية، يتم الاطمئنان على سلامة التهوية والاضاءة، ووجود الإسعافات الأولية.
مس كهربائي	طفائيات الحريق	

د. تقويم جودة التدريب

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية طرق التدريب المستخدمة	الطلبة	مباشر (استبانة الخبرة الميدانية)
فاعلية طرق تقييم الطلبة	الطاقم الإشرافي الميداني	مباشر (استبانة الخبرة الميدانية)
مصادر التعلم المستخدمة	قيادات البرنامج (الطاقم الإشرافي من أعضاء هيئة التدريس في المؤسسة التعليمية)	مباشر (استبانة الخبرة الميدانية)
قياس مخرجات التعلم للمقرر	الخريجون، الجهات المتعاونة، المقوم المستقل، وغيرهم	غير مباشر

مجالات التقويم (مثل: فاعلية التدريب، فاعلية طرق تقييم الطلاب، مدى تحصيل مخرجات التعلم، مصادر التعلم ... إلخ)
المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

هـ. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس) —

اسم المقرر: دراسة حالة في الاتصال التسويقي
رمز المقرر: MRCD 222
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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:	7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يتناول مقرر دراسة حالة في الاتصال التسويقي تنمية معارف ومهارات الطالب بكيفية دراسة ومعالجة الحالات العملية الحقيقية أو الافتراضية وكيفية تحليل المواقف وتفسير الظواهر وتحليل المشاكل والتفكير الابتكاري لتطوير الحلول البديلة المناسبة للتغلب على المشكلات أو لأجل تحقيق أهداف محددة، ويركز على الحالات العملية في المجالات الاتصالية التسويقية المختلفة لأجل تحقيق الأهداف.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

اكتساب الطالب المعارف النظرية والمهارات التطبيقية حول كيفية دراسة ومعالجة الحالات العملية، وكيفية تحليل المواقف وتفسير الظواهر وتشخيص المشكلات، والتفكير الابتكاري، وذلك لتطوير الحلول البديلة المناسبة للتغلب على المشكلات، أو لأجل تحقيق أهداف معينة، ويركز المقرر على الحالات العملية في الاتصال التسويقي.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم تقليدي	----	----
2	التعليم الإلكتروني	----	----
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد	----	----

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	20	44.5
2.	معمل أو إستوديو	15	33.3
3	ميداني	10	22.2
4	دروس إضافية	----	----
5	أخرى	----	----
الإجمالي		45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يعرف أساليب دراسة ومعالجة الحالات العملية في الاتصالات التسويقية.	ع1	الورشة التعليمية + المناقشات الجماعية	اختبار تحريري + أنشطة داخل الفصل (مناقشات)
1.2	يصف طرق معالجة الحالات العملية (الحقيقية أو الافتراضية)	ع3	العصف الذهني + دراسة الحالة + العمل الجماعي	تقارير دراسة الحالة + واجبات صفية
2.0	المهارات			
2.1	يحلل الحالات العملية وتصنيف المعلومات التسويقية بطرق مبتكرة.	م3	التطبيق العملي + محاكاة بيئة العمل	اختبار تحريري + مشاريع جماعية
2.2	ينظم العلاقة بين طرق تحليل المواقف وتشخيص المشكلات التسويقية.	م5	الورشة التعليمية + العمل الجماعي	مشاريع جماعية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	توضيح قيمة التعاون مع الزملاء في تحليل حالات عملية في الاتصال التسويقي باحترافية.	ق2	الورشة التعليمية + العمل الجماعي + تقييم الزملاء	مشاريع جماعية + التحكيم
3.2	يتبنى اقتراح طرق مختلفة لكيفية بناء القرارات التسويقية من أساليب الحالات المختلفة.	ق2	الورشة التعليمية + العمل الجماعي + تقييم الزملاء	مشاريع جماعية + التحكيم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في الاتصال التسويقي (التعريف بالمفهوم ومكونات الاتصال التسويقي المتكامل - أهمية الاتصال التسويقي في بناء العلامات التجارية)	6
2	تحليل الجمهور المستهدف (طرق جمع وتحليل بيانات الجمهور - فهم احتياجات الجمهور وتصميم الرسائل المناسبة)	6
3	استراتيجيات الاتصال التسويقي (بناء خطة اتصال تسويقي فعالة - اختيار قنوات الاتصال المناسبة)	6
4	دراسة حالات ناجحة في الاتصال التسويقي (تحليل أمثلة حقيقية لحملات تسويقية ناجحة - استخراج الدروس المستفادة من الحالات)	6
5	معالجة التحديات التسويقية (تحليل حالات فشل الحملات التسويقية)	3
6	استراتيجيات التعامل مع الأزمات وإدارة السمعة	3
7	قياس أداء الاتصال التسويقي (مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لتقييم الحملات)	3
8	أدوات تحليل نتائج الحملات التسويقية	3
9	مشروع تطبيقي لدراسة حالة حقيقية (تطبيق عملي لدراسة وتحليل حالة تسويقية واقعية - تقديم تقرير نهائي يشمل تحليل البيانات وتوصيات قابلة للتنفيذ)	9
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري + أنشطة داخل الفصل (مناقشات)	4 + 7	30%
2	تقارير دراسة الحالة + واجبات صفية	7+6 +5	25%
3	مشاريع جماعية + التحكيم	13 -7	45%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

عزام، زكريا أحمد، الزعبي، علي فلاح (2024)، دراسة حالات تسويقية وإدارية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع.	المرجع الرئيس للمقرر
- J. Steven Kelly, Kate Madden, Kaye Sweetser, 2016, The IMC Case Book: Cases in Integrated Marketing Communications, https://www.routledge.com/ Barbara Czarnecka, 2020, Marketing Communications (2nd Edition), و- Lynne Eagle Routledge, https://www.routledge.com/	المراجع المساندة

- Marwa Tourky,2022, Integrated Marketing Communications: A Global Brand-Driven Approach, Palgrave Macmillan, https://link.springer.com/	
https://www.ufukcorp.com/post/case-study-in-seven-steps	المصادر الإلكترونية
	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	يحددها أستاذ المادة.

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم
		مباشر غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات + استبيان تقويم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	مشاريع جماعية + مناقشات
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع جماعية + التحكيم
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	تقارير دراسة الحالة + واجبات صفية

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



ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة



2024

TP-153



هيئة تقويم التعليم والتدريب
Education & Training Evaluation Commission



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: مشروع التخرج
رمز المقرر: MRCD 223
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: 1446/5/16هـ



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: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

يتضمن هذا المقرر إعداد وتنفيذ مشروع تطبيقي يعكس ما تعلمه الطالب من مهارات ومعارف خلال دراسته لدبلوم الاتصال التسويقي والإعلان، ويركز المشروع على تصميم وتنفيذ خطة تسويقية أو حملة إعلانية متكاملة باستخدام أدوات وتقنيات التسويق الحديثة، ينفذ المشروع تحت إشراف أكاديمي مباشر، ويُقيم بناءً على معايير محددة تشمل الإبداع، الابتكار، جودة التنفيذ، والقدرة على حل المشكلات.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

MRC205

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

NONE

7. الهدف الرئيس للمقرر

تطبيق المفاهيم النظرية في مجالات الاتصال التسويقي والإعلان على مشروعات عملية، وتعزيز الابتكار والإبداع في تصميم الحملات التسويقية والإعلانية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	---	---
2	التعليم الإلكتروني	---	---
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد	---	---

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	9	20%
2	معمل أو إستوديو	36	80%
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	%100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يصنف أدوات وتقنيات التسويق والإعلان الحديثة.	ع3	الورشة التعليمية + الفيديوهات التعليمية + المناقشات الجماعية	أنشطة داخل الفصل (مناقشات)
1.2	يحدد الضوابط الأخلاقية والبرامج المناسبة للإعلان المطلوب.	ع4	المناقشات الجماعية	واجبات صفية
2.0	المهارات			
2.1	يصمم حملات إعلانية وتسويقية فعالة.	م1	الورشة التعليمية + الفيديوهات التعليمية + استراتيجيات المشروعات	مشاريع جماعية + التحكيم
2.2	يحلل البيانات التسويقية والجمهور المستهدف	م3	الورشة التعليمية + الفيديوهات التعليمية + استراتيجيات المشروعات + تقييم الزملاء.	مشاريع جماعية + التحكيم
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يلتزم بالأخلاقيات المهنية في إعداد الحملات التسويقية.	ق1	استراتيجيات المشروعات + تقييم الزملاء.	مشاريع جماعية + التحكيم

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	اختيار موضوع المشروع وتحديد الأهداف.	5
2	استخدام أدوات التحليل التسويقي مثل SWOT.	4
3	تحليل PESTEL، وتحليل الجمهور.	4
4	تصميم الاستراتيجيات التسويقية.	5
5	تصميم الاستراتيجيات الإعلانية	5
6	تصميم المواد الإعلانية (الإعلانات الرقمية، الفيديوهات وغيرها)	5
7	إعداد خطة التنفيذ	7
8	إعداد خطة التوزيع	7
9	تقييم المشروع وقياس نتائجه	3
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	أنشطة داخل الفصل (مناقشات)	٢	%15
2	واجبات صفية	7-3	%15
3	مشاريع جماعية + التحكيم	14-11	%70

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	الفقيه، محمد عبد الوهاب كافي (٢٠١٤). الاتصال التسويقي وتخطيط الحملات الإعلانية، دار الكتاب الجامعي
المراجع المساندة	بدران، عبد الله (٢٠١٤) الحملات الإعلامية والإعلانية، دار المكتبي. Solis, Brian (2015) X: The Experience When Business Meets Design, Wiley https://amzn.to/37v4OYi Hasen, Jeff (2019) The Art of Digital Persuasion, Amazon https://amzn.to/2KF9P7H
المصادر الإلكترونية	برامج تصميم وتنفيذ الحملات (مثل Google Analytics، Adobe Suite، وغيرها). https://ejjadh.sa/blog/108
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	معمل
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض + أجهزة حاسب آلي
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	برامج أدوبي - Motion - Final cut

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم	
		مباشر	غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	مشاريع جماعية + التحكيم	استبيان تقويم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	مشاريع جماعية + التحكيم	استبيان تقويم المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	أنشطة داخل الفصل (مناقشات) + واجبات صفية	استبيان تقويم المقرر + استبيان تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	مشاريع جماعية + التحكيم	استبيان تقويم المقرر

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

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم الاتصال التسويقي
رقم الجلسة	السادس
تاريخ الجلسة	1446/5/22 هـ



توصيف المقرر الدراسي (بكالوريوس)

اسم المقرر: مهارات سوق العمل
رمز المقرر: MRCD 224
البرنامج: دبلوم الاتصال التسويقي والإعلان
القسم العلمي: الاتصال التسويقي
الكلية: الاتصال والإعلام
المؤسسة: جامعة الملك عبد العزيز
نسخة التوصيف: الأولى
تاريخ آخر مراجعة: اكتب 1446/5/16 هـ



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: 7



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (3 ساعات)

2. نوع المقرر

أ	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب	☒ إجباري	☐ اختياري			

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

4. الوصف العام للمقرر

تزويد الطلاب بالمعارف والمهارات الأساسية التي تؤهلهم لدخول سوق العمل بفعالية وكفاءة، ويركز المقرر على تطوير مهارات التفكير النقدي، والتواصل الفعال، والعمل الجماعي، وإدارة الوقت، وحل المشكلات، بالإضافة إلى تعزيز المهارات المهنية مثل كتابة السيرة الذاتية، إجراء المقابلات الشخصية، وبناء الشبكات المهنية، كما يتناول المقرر تعلم المعارف النظرية والمهارات العملية لدخول سوق العمل الحر والتسويق الشخصي في وسائل التواصل الاجتماعي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

none

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

none

7. الهدف الرئيس للمقرر

تأهيل الطلاب بمهارات معرفية وعملية متكاملة تمكنهم من المنافسة في سوق العمل، من خلال تطوير قدراتهم الشخصية والمهنية، وتعزيز فهمهم لبيئة العمل ومتطلباتها، بما يضمن لهم تحقيق النجاح المهني والمساهمة الفاعلة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي		
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	45	%100
4	التعليم عن بعد		

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	25	55.6%
2	معمل أو إستوديو	20	44.4%
3	ميداني	---	---
4	دروس إضافية	---	---
5	أخرى	---	---
الإجمالي		45	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نواتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم (في نهاية المقرر يكون الطالب قادراً على أن)			
1.1	يحدد مفاهيم وأسس سوق العمل الحديثة.	ع1	المحاضرات التفاعلية + العصف الذهني	اختبارات شفوية. + التحكيم
1.2	يشرح احتياجات سوق العمل في المجالات المهنية المناسبة للتخصص.	ع2	دراسة الحالة + المناقشات الجماعية + تقييم الزملاء	عروض جماعية حول موضوعات متعلقة بسوق العمل + تقرير دراسة الحالة.
2.0	المهارات			
2.1	يخطط لبناء شبكة علاقات مهنية فعالة.	م4	محاكاة بيئة العمل + العصف الذهني	مشاريع جماعية + أوراق جماعية + التحكيم
2.2	يمارس مهارات التفكير النقدي وحل المشكلات المهنية.	م5	التطبيق العملي + المحاضرة	أنشطة داخل الفصل (مناقشات) + التحكيم
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يدعم روح القيادة والمسؤولية الاجتماعية في العمل.	ق2	التعلم بالنمذجة + الورشة التعليمية.	مشاريع فردية وجماعية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في سوق العمل	6
2	التخطيط المهني وبناء المسار الوظيفي	9
3	مهارات التوظيف	6
4	رؤية المملكة 2030 وارتباطها بالمهارات الوظيفية.	3
5	مهارات العمل الجماعي والقيادة	6
6	أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية	6
7	المهارات التقنية والتحول الرقمي	6
8	تطوير الذات والتعلم المستمر	3
9	تطبيقات عملية	6
المجموع		45

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبارات شفوية	الأسبوع 4	10%
2	عروض جماعية + تقرير دراسة الحالة.	الأسبوع 5 + 6	20%
3	مشاريع جماعية + أوراق جماعية + التحكيم	الأسبوع 7 + 8 + 9	30%
4	أنشطة داخل الفصل (مناقشات)	الأسبوع 8	10%
5	مشاريع فردية	الأسبوع 10 + 11	3%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	عبد الله بن صالح الزهراني (2022). "إعداد الطالب لسوق العمل: المهارات الأساسية والمعرفية"، دار النشر الحديثة.
المراجع المساندة	Robert C. Reardon, Janet G. Lenz, Gary W. Peterson, and James P. Sampson, 2021 "Career Development and Planning: A Comprehensive Approach",
المصادر الإلكترونية	موقع LinkedIn Learning: يقدم دورات تدريبية حول المهارات المهنية المطلوبة في سوق العمل.



- تقارير حديثة من McKinsey أو World Economic Forum حول مستقبل العمل والمهارات المطلوبة.

أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسة أو معمل لا يزيد عدد الطلبة فيه عن ثلاثين (30) طالباً
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض مرئي (projector). سبورة ذكية. مواقع الكترونية (يتم تحديدها). مواقع اليوتيوب. بعض المنتديات.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	----

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقويم	
		مباشر	غير مباشر
فاعلية التدريس	قيادات البرنامج + المراجع النظير + الطلبة	اختبارات شفوية + عروض جماعية	استبيان تقويم المقرر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادات البرنامج + لجنة قياس مخرجات التعلم + المراجع النظير	مشاريع جماعية + مناقشات	استبيان تقويم المقرر
مصادر التعلم	أعضاء هيئة التدريس + الطلبة	مشاريع فردية + التحكيم + عروض جماعية	استبيان تقويم المقرر + استبيان تقييم البرنامج
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	لجنة قياس مخرجات التعلم + أعضاء هيئة التدريس + هيئة تقويم التعليم والتدريب (مراجعة شاملة للمقررات وأداء الطلاب بناء على معايير الاعتماد)	تقرير دراسة الحالة + التحكيم	استبيان تقويم المقرر

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



ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم الاتصال التسويقي	جهة الاعتماد
السادس	رقم الجلسة
1446/5/22 هـ	تاريخ الجلسة

