

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

## وثيقة تعريف: الإعلان الإذاعي والتلفزيوني

### ١- معلومات أساسية:

اسم المقرر	الإعلان الإذاعي والتلفزيوني
رمز المقرر	RTA760
ساعات الجلسات المسجلة	14
ساعات الجلسات المتزامنة	14
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	14
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	14
عدد الساعات المعتمدة	-

### ٢- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

المقرر	الرمز
-	-

### ٣- الهدف من المقرر:

التعرف على:

١. مفهوم وطبيعة الإعلان ووظائف الإعلان وأهدافه وأنواعه .
٢. الاطلاع على حالات عملية للأهداف الوظيفية للإعلان الإذاعي و التلفزيوني.
٣. مداخل ونظريات الاتصال الإعلاني .
٤. الراديو والتلفزيون كوسائل إعلامية.
٥. أساليب وصيغ الإعلان الإذاعي و التلفزيوني .

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

٦. الابتكار وإنتاج الإعلانات الإذاعية.
٧. الابتكار وإنتاج الإعلانات التلفزيونية...
٨. الأسلوب العلمي لتصميم الرسالة الإعلانية السينمائية والتلفزيونية.
٩. الأسلوب العلمي لتصميم الرسالة الإعلانية لإذاعية
١٠. الجوانب الفنية للإعلان بالراديو والتلفزيون

#### ٤- المحصّلات التعليميّة المرجوّة (ILO – Intended Learning Objectives / Outcomes):

بعد الاستكمال الناجح لهذا المقرر، سيصبح الطالب قادر على فعل ما يلي:

المحصّلات التعليميّة المرجوّة	الرمز
Intended Learning Objectives/Outcomes	ILO
١. يعرف الإعلان ويستخلص أهم ما يميزه عن الاتصالات الأخرى. ٢. يتعرف على المصطلحات القريبة من الإعلان والفرق بينها وبين الإعلان. ٣. يتأكد إذا كان الإعلان ضرورياً في جميع الحالات أم لا؟ ٤. يتعرف على الاتجاهات الشائعة نحو الإعلان مثل: السلعة الجيدة تباع نفسها دون إعلان، لا أهمية للإعلان في حالات الاحتكار، لا أهمية للإعلان في المجتمعات الاشتراكية، الإعلان يؤدي إلى زيادة التكاليف التسويقية، الإثارة هي الهدف النهائي للإعلان، الإعلان الناجح هو من يردده الناس، الإعلان على شاشة التلفزيون أفضل إعلان، الإعلان مصدر دخل طيب لوسائل نشر الإعلانات، الإعلان يؤدي إلى تحويل مبيعات المنافسين إلى المعلن. ٥. يعرف الآثار الاقتصادية للإعلان والتي هي: الإعلان والمنفعة، الإعلان والتكاليف، الإعلان والأسعار، الإعلان واختيارات المستهلك، الإعلان والمنافسة. ٦. يعرف الآثار الاجتماعية للإعلان والتي تتعلق بالإعلان والقيم الثقافية، الإعلان ومستوى المعيشة، الإعلان	ILO1

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	والإقناع، الإعلان ووسائل النشر.	
	١. يتعرف على أهمية الإعلان. ٢. يميز وظائف الإعلان حسب: المنتج، المستهلك، الموزع. ٣. يتذكر بعض الانتقادات الموجهة للإعلان. ٤. يتعرف على أهداف الإعلان. ٥. يميز بين أنواع الإعلان المختلفة حسب المعايير المختلفة.	ILO2
	يتعرف على الأهداف الوظيفية لإعلانات الخدمات. يتعرف على نماذج وحالات عملية على كل هدف وظيفي للإعلانات ، وعلى أنواع مختلفة للإعلانات. يتعرف على الأهداف الوظيفية لإعلانات السلع. يتعرف على حالات عملية لإعلانات الخدمات، وكيف تطبق على الأنواع المختلفة للخدمات.	ILO3
	١. يتعرف على الصيغ الإعلانية التي يستخدمها مصمم الإعلان لتحقيق الأهداف الإعلانية المطلوبة. ٢. يتذكر الأهداف التي يسعى المعلن لتحقيقها . ٣. يتعرف على الأوتار الإقناعية التي تستخدم في الرسالة الإعلانية ، ويتعلم كيف يستخدمها، من خلال بعض الأمثلة لبعض الإعلانات التي استخدمت تلك الأوتار.	ILO4
	١. يميز الاختلافات بين الإذاعة والتلفزيون، والوسائل الإعلانية الأخرى (المطبوعة). ٢. يتعرف على مزايا وعيوب الراديو كوسيلة إعلانية. ٣. يعرف ماهي أشكال البرامج الإعلانية بالإذاعة. ٤. يتذكر مزايا وعيوب التلفزيون كوسيلة إعلانية. ٥. يعرف ماهي أشكال البرامج الإعلانية بالتلفزيون	ILO5

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

<p>١. التمييز بين أنواع المضامين في النصوص الإعلانية.</p> <p>٢. تعلم أساليب تحرير النصوص الإعلانية التليفزيونية .</p> <p>٣. فهم وتذكر صيغ تقديم الإعلان التليفزيوني، مع القدرة على التمييز بين كل صيغة وأخرى، من حيث المزايا وطبيعة كل منها.</p>	ILO6
<p>١. يتعرف على دور الابتكار في إنتاج الإعلانات التليفزيونية والإذاعية.</p> <p>٢. يدرك ماهية عناصر الإعلان التليفزيوني والإذاعي.</p> <p>٣. يستطيع التخطيط لإنتاج الإعلان التليفزيوني.</p> <p>٤. يتعرف على بعض الاعتبارات الجوهرية في الإنتاج الابتكاري للإعلانات التليفزيونية والإذاعية.</p>	ILO7
<p>١. يتعرف على أنواع الكاميرات .</p> <p>٢. يتعرف أنواع اللقطات.</p> <p>٣. يدرك طرق توظيف اللقطات المتمثلة في: الظهور، الاختفاء، المزج، المسح، القطع، التطابق.</p> <p>٤. يستطيع عمل نموذج تطبيقي لإعلان تليفزيوني.</p>	ILO8
<p>١. يتعرف على المكون الأول والأساسي للإعلان الإذاعي وهو الحوار أو النصوص.</p> <p>٢. يدرك أن المؤثرات الصوتية - وهي المكون الثاني للإعلان الإذاعي - نوعان: مؤثرات طبيعية حية، ومؤثرات صناعية.</p> <p>٣. يتعرف على أهمية الموسيقى - وهي المكون الثالث للإعلان الإذاعي - في الإعلان الإذاعي، والتي توحى بالجو العام للأحداث.</p>	ILO9
<p>١. يتعرف على شكلي الإعلان بالراديو والتلفزيون وهما: البرامج المكفولة والإعلانات المباشرة.</p> <p>٢. يتعرف على مزايا وعيوب البرامج المكفولة، وكذلك الطرق المختلفة لكتابة البرامج المكفولة.</p> <p>٣. يعرف ما هو الإعلان بالأسلوب المباشر، خصائصه، المآخذ التي تؤخذ عليه.</p> <p>٤. يميز بين مضامين النص الإعلاني.</p> <p>٥. يتعرف على الشعار، أنواعه، خصائصه.</p>	ILO10

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

٦. أن يميز بين صيغ الإعلان في الراديو والتلفزيون.	
---	--

٥- محتوى المقرر: (١٤ ساعة مجموع الساعات المسجلة، ١٤ ساعة مجموع الساعات المتزامنة)

المحصّلات التعليمية	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	<p>مفهوم وطبيعة الإعلان</p> <p>١. تعريف الإعلان</p> <p>٢. اتجاهات شائعة نحو الإعلان</p> <p>٣. الآثار الاقتصادية والاجتماعية للإعلان</p>	2	2	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات <input type="checkbox"/> بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	<p>ملاحظات وتوضيحات إن وجدت</p>
ILO2	<p>وظائف الإعلان وأهدافه وأنواعه</p> <p>١. أهمية الإعلان.</p> <p>٢. وظائف الإعلان حسب المنتج، المستهلك، الموزع.</p> <p>٣. الانتقادات الموجهة للإعلان.</p> <p>٤. أهداف الإعلان.</p> <p>٥. أنواع الإعلان.</p>	2	2	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات <input type="checkbox"/> بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	<p>ملاحظات وتوضيحات إن وجدت</p>

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات <input type="checkbox"/> بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	حالات عملية للأهداف الوظيفية للإعلان الإذاعي و التليفزيوني الأهداف الوظيفية لإعلانات السلع. الأهداف الوظيفية لإعلانات الخدمات. نماذج وحالات عملية على كل هدف وظيفي للإعلانات ، وعلى أنواع مختلفة للسلع. حالات عملية لإعلانات الخدمات، وكيف تطبق على الأنواع المختلفة للخدمات.	ILO3
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات <input type="checkbox"/> بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	مداخل ونظريات الاتصال الإعلاني ١. صيغ الاتصال الإعلاني ٢. الأهداف التي يسعى المعلن لتحقيقها ٣. الأوتار الإقناعية في الرسالة الإعلانية	ILO4
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات <input type="checkbox"/> بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الراديو والتلفزيون كوسائل إعلامية ١. الاختلافات بين الإذاعة والتلفزيون، والوسائل الإعلامية الأخرى (المطبوعة). ٢. مزايا وعيوب الراديو كوسيلة إعلامية. ٣. أشكال البرامج الإعلامية بالإذاعة. ٤. مزايا وعيوب التلفزيون كوسيلة إعلامية. ٥. أشكال البرامج الإعلامية بالتلفزيون	ILO5
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD)	2	2	أساليب وصيغ الإعلان الإذاعي و التليفزيوني	ILO6

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	<input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			١. أنواع المضامين في النصوص الإعلانية ٢. أساليب تحرير النصوص الإعلانية ٣. صيغ تقديم الإعلان التلفزيوني	
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الابتكار وإنتاج الإعلانات الإذاعية - دور الابتكار في إنتاج الإعلانات التلفزيونية ١. عناصر الإعلان التلفزيوني ٢. مراحل إنتاج الإعلان التلفزيوني ٣. اعتبارات جوهرية في الإنتاج الابتكاري للإعلانات التلفزيونية	ILO7
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الأسلوب العلمي لتصميم الرسالة الإعلانية السينمائية والتلفزيونية ١. آلات التصوير (الكاميرات) ٢. أنواع اللقطات التي تقدمها لنا الكاميرات المختلفة ٣. توظيف اللقطات لإبراز معان معينة	ILO8
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الأسلوب العلمي لتصميم الرسالة الإعلانية لإذاعية ١. الحوار ٢. المؤثرات الصوتية	ILO9

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	<input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....			٣. الموسيقى	
	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input type="checkbox"/> وظائف <input type="checkbox"/> حلقات <input type="checkbox"/> بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى .....	2	2	الجوانب الفنية للإعلان بالراديو والتلفزيون - شكل الإعلان في الراديو والتلفزيون - مضمون النص الإعلاني - الشعار - صيغ الإعلان في الراديو والتلفزيون	ILO10

#### ٦- معايير التقويم:

نمط التقويم					النتائج التعليمية	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
		✓	✓		١. يعرف الإعلان ويستخلص أهم ما يميزه عن الاتصالات الأخرى. ٢. يتعرف على المصطلحات القريبة من الإعلان والفرق بينها وبين الإعلان. ٣. يتأكد إذا كان الإعلان ضرورياً في جميع الحالات أم لا؟ ٤. يتعرف على الاتجاهات الشائعة نحو الإعلان. ٥. يعرف الآثار الاقتصادية للإعلان. ٦. يعرف الآثار الاجتماعية للإعلان.	ILO1	
		✓	✓		١. يتعرف على أهمية الإعلان.	ILO2	



Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

					<p>٢. يميز وظائف الإعلان حسب: المنتج، المستهلك، الموزع.</p> <p>٣. يتذكر بعض الانتقادات الموجهة للإعلان.</p> <p>٤. يتعرف على أهداف الإعلان.</p> <p>يميز بين أنواع الإعلان المختلفة حسب المعايير المختلفة</p>	
		✓	✓		<p>١. يتعرف على الأهداف الوظيفية لإعلانات الخدمات.</p> <p>٢. يتعرف على نماذج وحالات عملية على كل هدف وظيفي للإعلانات ، وعلى أنواع مختلفة للإعلانات.</p> <p>٣. يتعرف على الأهداف الوظيفية لإعلانات السلع.</p> <p>٤. يتعرف على حالات عملية لإعلانات الخدمات، وكيف تطبق على الأنواع المختلفة للخدمات.</p>	ILO3
		✓	✓		<p>١. يتعرف على الصيغ الإعلانية التي يستخدمها مصمم الإعلان لتحقيق الأهداف الإعلانية المطلوبة.</p> <p>٢. يتذكر الأهداف التي يسعى المعلن لتحقيقها .</p> <p>٣. يتعرف على الأوتار الإقناعية التي تستخدم في الرسالة الإعلانية ، ويتعلم كيف يستخدمها، من خلال بعض الأمثلة لبعض الإعلانات التي استخدمت تلك الأوتار.</p>	ILO4

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

					<p>١. يميز الاختلافات بين الإذاعة والتلفزيون، والوسائل الإعلانية الأخرى (المطبوعة).</p> <p>٢. يتعرف على مزايا وعيوب الراديو كوسيلة إعلانية.</p> <p>٣. يعرف ماهي أشكال البرامج الإعلانية بالإذاعة.</p> <p>٤. يتذكر مزايا وعيوب التلفزيون كوسيلة إعلانية.</p> <p>٥. يعرف ماهي أشكال البرامج الإعلانية بالتلفزيون.</p>	ILO5
		✓	✓		<p>١. التمييز بين أنواع المضامين في النصوص الإعلانية.</p> <p>٢. تعلم أساليب تحرير النصوص الإعلانية التلفزيونية.</p> <p>٣. فهم وتذكر صيغ تقديم الإعلان التلفزيوني، مع القدرة على التمييز بين كل صيغة وأخرى، من حيث المزايا وطبيعة كل منها.</p>	ILO6
		✓	✓		<p>١. يتعرف على دور الابتكار في إنتاج الإعلانات التلفزيونية والإذاعية.</p> <p>٢. يدرك ماهية عناصر الإعلان التلفزيوني والإذاعي.</p> <p>٣. يستطيع التخطيط لإنتاج الإعلان التلفزيوني.</p> <p>٤. يتعرف على بعض الاعتبارات الجوهرية في الإنتاج الابتكاري للإعلانات التلفزيونية والإذاعية.</p>	ILO7
		✓	✓		<p>١. يتعرف على أنواع الكاميرات.</p> <p>٢. يتعرف أنواع اللقطات.</p>	ILO8

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

					<p>٣. يدرك طرق توظيف اللقطات المتمثلة في: الظهور، الاختفاء، المزج، المسح، القطع، التطابق.</p> <p>٤. يستطيع عمل نموذج تطبيقي لإعلان تلفزيوني.</p>	
		✓	✓		<p>١. يتعرف على المكون الأول والأساسي للإعلان الإذاعي وهو الحوار أو النصوص.</p> <p>٢. يدرك أن المؤثرات الصوتية - وهي المكون الثاني للإعلان الإذاعي - نوعان: مؤثرات طبيعية حية، ومؤثرات صناعية.</p> <p>٣. يتعرف على أهمية الموسيقى - وهي المكون الثالث للإعلان الإذاعي - في الإعلان الإذاعي، والتي توجي بالجو العام للأحداث.</p>	ILO9
		✓	✓		<p>١. يتعرف على شكلي الإعلان بالراديو والتلفزيون وهما: البرامج المكفولة و الإعلانات المباشرة.</p> <p>٢. يتعرف على مزايا وعيوب البرامج المكفولة، وكذلك الطرق المختلفة لكتابة البرامج المكفولة.</p> <p>٣. يعرف ما هو الإعلان بالأسلوب المباشر، خصائصه، المآخذ التي تؤخذ عليه.</p> <p>٤. يميز بين مضامين النص الإعلاني.</p> <p>٥. يتعرف على الشعار، أنواعه، خصائصه.</p> <p>٦. أن يميز بين صيغ الإعلان في الراديو والتلفزيون.</p>	ILO10

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education		وزارة التعليم العالي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

٧- أدوات ومختبرات القسم العملي:

توصيفها	اسم الأداة
تطبيق عملي لأي جزء من أجزاء الوحدات التعليمية في المقرر	وظيفة

٨- المراجع الأساسية:

موجودة في نهاية كل وحدة تعليمية
---------------------------------

٩- المراجع الإضافية:

-
---