

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

الشعبة: الإعلام والاتصال

الميدان: العلوم الإنسانية

التخصص: السمع البصري - إعلام إذاعي وتلفزيوني - ماستر 1

السنة الجامعية: 2018/2017

السداسي: الأول

التعرف على المادة التعليمية

العنوان: اشهار اذاعي وتلفزيوني

وحدة التعليم: الأساسية

المعامل:

عدد الأرصدة:

الحجم الساعي الأسبوعي: 01.50 سا

المحاضرة ( عدد الساعات في الأسبوع): ساعتان (02) سا

أعمال توجيهية ( عدد الساعات في الأسبوع): 00 لا يرافق المقياس اعمال تطبيقية

أعمال تطبيقية ( عدد الساعات في الأسبوع): لا يوجد

## مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة: كريمة عرامة استاذ مساعد "أ"

تحديد موقع المكتب: لا يوجد لدي مكتب

البريد الإلكتروني: k.arama@yahoo.com

رقم الهاتف: 0770942173

توقيت الدرس ومكانه: الاربعاء على الساعة 9 و30د بالقاعة د 6

## وصف المادة التعليمية

### المكتسبات: (Pré requis)

باعتبار هذا المقياس مبرمج في مرحلة الليسانس , فان للطلاب مكتسبات قبلية يمكن أن يبني عليها وتتعلق هذه المكتسبات خاصة بالخلفية التاريخية والتعريف , الأنواع , الجوانب التقنية و السيميولوجية للإشهار .

الهدف من المادة التعليمية:

الهدف الرئيس من المادة التعليمية لمقياس الإشهار الإذاعي والتلفزيوني هو إعطاء فكرة عامة للطلاب عن بعض القضايا التي تتعلق بالإشهار , غير الجوانب التقنية خاصة وان الإشهار أصبح لديه تأثير على مجالات أخرى كثيرة .

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها - من 3 إلى 6 أسطر):

- صياغة رسالة اشهارية مقنعة تركز على أهم الأوتار الاقناعية .
- التمكن من مناقشة أهم القضايا التي تثار في مجال الإشهار الإذاعي والتلفزيوني .

- التمكن من التحليل السيميولوجي للإشهار التلفزيوني والإذاعي .

## محتوى المادة التعليمية

### برنامج مقياس:

أولاً: مدخل عام.

مداخل ونظريات الاتصال الاشهاري

ثانياً:

اهداف الاشهار

ثالثاً:

خصائص التلفزيون و الراديو كوسائل اشهارية

رابعاً:

خصائص وسمات الاشهار في الوسائل السمعية بصرية الرقمية

خامساً:

قضايا الإشهار الإذاعي والتلفزيوني (تنظيم الاشهار في الجزائر , أخلاقيات الإشهار الإذاعي والتلفزيوني , تأثير الإشهار على اقتصاديات مؤسسة الإذاعة والتلفزيون )

### طرق التقييم

| طبيعة الامتحان | التقييم بالنسبة المئوية |
|----------------|-------------------------|
| امتحان         | %100                    |

|                     |                               |
|---------------------|-------------------------------|
| لا يوجد             | امتحان جزئي                   |
|                     | أعمال موجهة                   |
| لا يوجد             | أعمال تطبيقية                 |
| لا يوجد             | المشروع الفردي                |
| لا يوجد             | الأعمال الجماعية (ضمن الفريق) |
| لا يوجد             | خرجات ميدانية                 |
| ضمن الأعمال الموجهة | المواظبة ( الحضور / الغياب )  |
| لا يوجد             | عناصر أخرى                    |
| 100                 | المجموع                       |

### المصادر والمراجع

المراجع الأساسي الموصى به:

| عنوان المراجع                | المؤلف                            | دار النشر والسنة             |
|------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| الإعلان..أسسه..وسائله..فنونه | منى سعيد الحديدي<br>سلوى امام علي | الدار المصرية اللبنانية 2012 |

مراجع الدعم الإضافية إن وجدت:

| عنوان المراجع الأول                   | المؤلف           | دار النشر والسنة                         |
|---------------------------------------|------------------|------------------------------------------|
| الإعلان الالكتروني                    | فندوشي ربيعة     | دار هومة للطباعة والنشر<br>والتوزيع 2011 |
| عنوان المراجع الثاني                  | المؤلف           | دار النشر والسنة                         |
| أخلاقيات الإعلان في الفضائيات العربية | حسن نيازي الصيفي | دار الفجر للنشر والتوزيع 2011            |

المخطط الزمني المرتقب

| المحاضرة | محتوى الدرس                                                                    | التاريخ    |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 01       | مدخل عام                                                                       | 2014/10/05 |
| 02       | نظريات الاتصال الاشهاري (فكرة عامة )                                           | 2014/10/22 |
| 03       | أهداف الاتصال الاشهاري -جذب الانتباه-                                          | 2014/10/29 |
| 04       | " " إثارة الاهتمام                                                             | 2014/11/05 |
| 05       | " " الإقناع                                                                    | 2014/11/12 |
| 06       | " " الاستجابة الشرائية                                                         | 2014/11/19 |
| 07       | " " تثبيت ولاء المستهلك                                                        | 2014/11/26 |
| 08       | خصائص التلفزيون كوسيلة اشهارية                                                 | 2014/12/03 |
| 09       | خصائص الراديو كوسيلة اشهارية                                                   | 2014/12/10 |
| 10       | الإشهار في عصر ثورة المعلومات                                                  | 2014/12/17 |
| 11       | سمات الوسائل الإشهارية المعاصرة                                                | 2015/01/07 |
| 12       | تنظيم الإشهار                                                                  | 2015/01/14 |
| 13       | قضايا اشهارية (أخلاقيات الإشهار +تأثير الإشهار على اقتصاديات المؤسسة الإعلامية | 2015/01/21 |
|          |                                                                                |            |