توصيف مقرر الدعاية والاعلان

1. بيانات المقرر		
الرمز الكودى: TBME002	**اسم المقرر: الدعاية والاعلان**	**المستوى: الثانى**
البرنامج: ادارة الأعمال فى السياحة	**الساعات المعتمدة: 2**	**نظري: 1 عملي: 2**

2. هدف المقرر

اكساب الطالب المعارف والمفاهيم المتعلقة بالاعلام والاعلان والدعاية وأسس عملية الاتصال والمهارات الخاصة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة والاتجاهات الايجابية نحو استخدام الدعاية والاعلان فى الترويج للمنتج السياحى.

3. المستهدف من تدريس المقرر

بنهاية هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن:

أ. المعلومات والمفاهيم	أ-1- يُعرف عناصر المزيج الترويجى. أ-2- يحدد عناصر المزيج التسويقى أ-3- يناقش العلاقة بين الدعاية والاعلان والمزيج التسويقى. أ-4- يناقش المبادئ الأساسية للاعلام. أ-5- يحدد خصائص الاعلان السياحى. أ-6- يناقش العوامل المؤثرة على نجاح الاعلان السياحى أ-7- يحدد مراحل الخطة الاعلانية أ-8- يناقش الوظائف النسويقية للاعلان السياحى أ-9-يعدد أنواع الحملات الدعائية أ-10- يوضح دور وسائل الاتصال الحديثة فى الدعاية والاعلان السياحى
ب. المهارات الذهنية	ب-1- يحلل مميزات وعيوب وسائل الاعلان والدعاية. ب-2- يميز بين عناصر المزيج الترويجى. ب-3- يقارن بين أنواع الاعلان السياحى ب-4- يقيم الجوانب الفنية للاعلان السياحى. ب-5- يقارن بين أساليب تخطيط الحملة الدعائية. ب-6- يميز بين أدوات الاتصال ب-7- يقيم اعلان سياحى فى ضوء دراسته. ب-8- يناقش أسس الاتصال الفعال
ج. المهارات المهنية	ج-1- يصمم قائمة بوسائل الاعلان والدعاية التى يمكن استخدامها فى السياحة. ج-2- يمارس اعداد حملة اعلانية بمراحلها المختلفة ج-3- يوضح العوامل المؤثرة على نجاح الاعلان السياحى ج-4- يطبق الممارسة العملية لاعلان سياحى بما يتوافق مع المنتج السياحى ج-5- يوضح العناصر المختلفة المحددة لاختيار الوسيلة الاعلانية . ج-6- يقيم الحملات الاعلانية ج-7- يطبق الأساليب المختلفة لتخطيط الحملات الدعائية. ج-8- يطبق أسس الاتصال الفعال
د. المهارات العامة	د-1 يتعلم ذاتيا من خلال المعلومات المتاحة على مواقع شبكة الانترنت. د-2- يعمل فى فريق بشكل فعال. د-3- يحلل حملات اعلانية بموضوعية.

	د-4- يعرض أفكاره بشكل فعال . د-5- يدير الوقت بفاعلية. د-6- يستخدم أدوات الاتصال المختلفة بفاعلية
4. محتوي المقرر	
	- مفاهيم عامة المزيج الترويجى التسويق المزيج التسويقي تسويق الخدمات التسويق السسياحى المزيج التسويقي السياحى الفصل الثانى: الاعلان السياحى أهداف الإعلان السياحى وأهميته سياسة الإعلان السياحى وخطواته خصائص الاعلان السياحى العوامل المؤثرة على نجاح الإعلان مراحل الحملة الاعلانية الجوانب الفنية في الإعلان الوظائف التسويقية للإعلان وكالات الإعلان الفصل الثالث: الدعاية الدعاية الدعاية السياحية فعالية الدعاية السياحية أساليب تخطيط الحملة الدعائية مسئوليات القائمين على وضع الخطط الدعائية عوامل نجاح الحملة الدعائية وسائل الدعاية الفصل الرابع :الاعلام الإعلام المبادئ الأساسية للإعلام مفهوم عملية الأعلام أسس الاتصال الفعال الفصل الخامس: تنشيط المبيعات والبيع الشخصى تنشيط المبيعات وسائل تنشيط المبيعات البيع الشخصي أنواع البيع الشخصي
5. أساليب التعليم والتعلم	
	محاضرات تقارير وأبحاث مناقشات ورش عمل فى الدروس التطبيقية محاضرات on line من خلا ل zoom
6. تقويم الطلاب	

أ. الأساليب المستخدمه	امتحان تحريري نهائى امتحانات تحريرية أعمال السنة (1، 2) تصميم بحث + تكليفات منزلية
ب. التوقيت	امتحان تحريري نهائى (الأسبوع الخامس عشر) امتحانات تحريري أعمال الفصل (الأسبوع السابع، الثانى عشر) إعداد بحث ومناقشته (التسليم فى الأسبوع السادس) تكليفات (على مدار الفصل الدراسي)
ج. توزيع الدرجات	امتحان تحريري نهائى 60 درجة (60 %) امتحانات أعمال الفصل (1، 2) 10 درجة(10 %) عملى/ تطبيقى 20 درجة (20 %) شفوى 10 درجة(10 %) اجمالى الدرجات 100 درجة

7. قائمة الكتب الدراسية والمراجع

مذكرات

1. مذكرات فى الدعاية والاعلان
2. عبد الحميد، طلعت أسعد (2017) الاعلان الفعال ووسائل تنشيط المبيعات، الطبعة الثانية.
3. المصري، أحمد محمد(2000) الإعلان، مؤسسة شباب الجامعة .
4. لطيف، هدى سيد (2007) العلاقات العامة، هبة النيل العربية للنشر التوزيع.
5. عبد الصبور، محسن فتحي (2001) أسرار الترويج في عصر العولمة، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى.
6. البكري، فؤادة (2001) الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار نهضة الشرق، القاهرة.
1. الصحن، محمد فريد (2005) الإعلان، دار الجامعة للنشر
2. إدريس، ثابت عبد الرحمن والمرسى، جمال الدين محمد (2004) التسويق المعاصر، الطبعة الأولى، الدار الجامعة، الإسكندرية
3. الأزهري، محيي الدين (1999) ماهية التسويق وعناصره، دار الفكر العربي، القاهرة
4. حسين، شوقي (2005) التسويق في السياحة والفنادق، الطبعة الأولى، دار المعارف، القاهرة

5. - Philip Kotler, and Armstrong, G. (2000) Principles of Marketing, Prentice – hall int., Inc., New Jersey, U.S.A.
6. . Gilbert A. Churchill and Paul Peter J (2003) Marketing: Creating Value for Customers, 2nd Edition, McGraw-Hill Companies, Inc, New York, USA.
7. Kotler, Philip (2006) Marketing Management: Analysis, Implementation, and Control, 9th Edition, Prentice - Hall, Inc., New Jersey, USA.
8. Holloway, Christopher (2004)Marketing for tourism, Prentice Hall
9. Vellas, Francois and Becherel, Lionel (1999): The International Marketing of Travel and Tourism, A strategic approach, Machmicllan.

	.
دوريات	

القائمون بالتدريس
أ.د/ هدى سيد لطيف
أ.د / نانسى محمد فوزى
د/ مروة عبدالتواب

رئيس القسم
أ.د/ مصطفى محمود

مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر

مسمى المقرر	**الدعاية والاعلان**
كود المقرر	**TBME002**

الموضوع	الأسبوع الدراسي	المعلومات والمفاهيم	المهارات الذهنية	المهارات المهنية	المهارات العامة
الاجندة والتعريف بالمقرر	1				
- مفاهيم عامة المزيج الترويجى التسويق- المزيج التسويقي - تسويق الخدمات- التسويق السياحى- المزيج التسويقي السياحى	2-3	أ-1، أ-2، أ-3	ب-2	ج-1،ج-2	د-1، د-2
أهداف الإعلان السياحى وأهميته خصائص الاعلان السياحى - العوامل المؤثرة على نجاح الإعلان - مراحل الحملة الاعلانية	4-6	أ-5،أ-6،أ-7،أ-8	ب-3،ب-4	ج-2،ج-3، ج-4،ج-6	د-1،د-2،د-3،د-4،د-5
امتحان اعمال سنة (1)	7				
الجوانب الفنية في الإعلان الوظائف التسويقية للإعلان -وكالات الإعلان	8-9	أ-5،أ-6،أ-7،أ-8	ب-3،ب-4،ب-7	ج-2،ج-3، ج-4،ج-6	د-1،د-2،د-3،د-4،د-5
- الدعاية - الدعاية السياحية- فعالية الدعاية السياحية- أساليب تخطيط الحملة الدعائية- مسئوليات القائمين على وضع الخطط الدعائية- عوامل نجاح الحملة الدعائية - وسائل الدعاية	10-11	أ-9، أ-10	ب-5،ب-6	ج-6،ج-7	د-1،د-2،د-3،د-4،د-5،د-6
- امتحان أعمال سنة (2)	12				
الإعلام - المبادئ الأساسية للإعلام مفهوم عملية الأعلام- أسس الاتصال الفعال	13	أ-4	ب-8	ج-8	د-1،د-2،د-3،د-4،د-5،د-6
تنشيط المبيعات - وسائل تنشيط المبيعات- البيع الشخصي - أنواع البيع الشخصي	14	أ-1، أ-2،أ-3	ب-2	ج-8	د-1،د-2،د-3،د-4،د-5،د-6

القائمون بالتدريس
أ.د/ هدى سيد لطيف
أ.د / نانسى محمد فوزى
د/ مروة عبدالتواب

رئيس القسم
أ.د/ مصطفى محمود