

توصيف مقرر الدعاية والاعلان

1. بيانات المقرر		
الرمز الكودي: TBME002	اسم المقرر: الدعاية والاعلان	المستوى: الثاني
البرنامج: ادارة الأعمال في السياحة	الساعات المعتمدة: 2	نظري: 1 عملي: 2

2. هدف المقرر

اكتساب الطالب المعارف والمفاهيم المتعلقة بالاعلام والاعلان والدعاية وأسس عملية الاتصال والمهارات الخاصة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة والاتجاهات الايجابية نحو استخدام الدعاية والاعلان في الترويج للمنتج السياحي.

3. المستهدف من تدريس المقرر

بنهاية هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن:

أ. المعلومات والمفاهيم	أ-1- يُعرف عناصر المزيج الترويجي. أ-2- يحدد عناصر المزيج التسويقي أ-3- يناقش العلاقة بين الدعاية والاعلان والمزيج التسويقي. أ-4- يناقش المبادئ الأساسية للاعلام. أ-5- يحدد خصائص الاعلان السياحي. أ-6- يناقش العوامل المؤثرة على نجاح الاعلان السياحي أ-7- يحدد مراحل الخطة الاعلانية أ-8- يناقش الوظائف التسويقية للاعلان السياحي أ-9- يعدد أنواع الحملات الدعائية أ-10- يوضح دور وسائل الاتصال الحديثة في الدعاية والاعلان السياحي
ب. المهارات الذهنية	ب-1- يحلل مميزات وعيوب وسائل الاعلان والدعاية. ب-2- يميز بين عناصر المزيج الترويجي. ب-3- يقارن بين أنواع الاعلان السياحي ب-4- يقيم الجوانب الفنية للاعلان السياحي. ب-5- يقارن بين أساليب تخطيط الحملة الدعائية. ب-6- يميز بين أدوات الاتصال ب-7- يقيم اعلان سياحي في ضوء دراسته. ب-8- يناقش أسس الاتصال الفعال
ج. المهارات المهنية	ج-1- يصمم قائمة بوسائل الاعلان والدعاية التي يمكن استخدامها في السياحة. ج-2- يمارس اعداد حملة اعلانية بمراحلها المختلفة ج-3- يوضح العوامل المؤثرة على نجاح الاعلان السياحي ج-4- يطبق الممارسة العملية لاعلان سياحي بما يتوافق مع المنتج السياحي 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 ذاتياً من خلال المعلومات المتاحة على مواقع شبكة الانترنت. د-2- يعمل في 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. محتوى المقرر	
- مفاهيم عامة المزيج الترويجي التسويق المزيج التسويقي تسويق الخدمات التسويق السياحي المزيج التسويقي السياحي الفصل الثاني: الاعلان السياحي أهداف الإعلان السياحي وأهميته سياسة الإعلان السياحي وخطواته خصائص الاعلان السياحي 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 الشخصي تنشيط المبيعات وسائل تنشيط المبيعات البيع الشخصي أنواع البيع الشخصي	
5. أساليب التعليم والتعلم	
محاضرات تقارير وأبحاث مناقشات ورش عمل في الدروس التطبيقية محاضرات on line من خلال zoom	
6. تقويم الطلاب	

امتحان تحريري نهائى امتحانات تحريرية أعمال السنة (1، 2) تصميم بحث + تكاليفات منزلية	أ. الأساليب المستخدمة
امتحان تحريري نهائى (الأسبوع الخامس عشر) امتحانات تحريري أعمال الفصل (الأسبوع السابع، الثانى عشر) إعداد بحث ومناقشته (التسليم فى الأسبوع السادس) تكاليفات (على مدار الفصل الدراسي)	ب. التوقيت
امتحان تحريري نهائى 60 درجة (60 %) امتحانات أعمال الفصل (1، 2) 10 درجة (10 %) عملى/ تطبيقي 20 درجة (20 %) شفوى 10 درجة (10 %) اجمالى الدرجات 100 درجة	ج. توزيع الدرجات
7. قائمة الكتب الدراسية والمراجع	
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 والتوزيع. 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. الأزهرى، محيي الدين (1999) ماهية التسويق وعناصره، دار الفكر العربى، 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.	مذكرات

	دوريات

رئيس القسم
أ.د/ مصطفى محمود

القائمون بالتدريس
أ.د/ هدى سيد لطيف
أ.د / نانسي محمد فوزي
د/ مروة عبدالنواب

مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر

الدعاية والاعلان		مسمى المقرر		كود المقرر	
TBME002					
المهارات العامة	المهارات المهنية	المهارات الذهنية	المعلومات والمفاهيم	الأسبوع الدراسي	الموضوع
				1	الاجندة والتعريف بالمقرر
د-1، د-2	ج-1، ج-2	ب-2	أ-1، أ-2، أ-3	2-3	- مفاهيم عامة المزيج الترويجي - التسويق - المزيج التسويقي - تسويق الخدمات- التسويق السياحي- المزيج التسويقي السياحي
د-1، د-2، د-3، د-4، د-5	ج-2، ج-3، ج-4، ج-6	ب-3، ب-4	أ-5، أ-6، أ-7، أ-8	4-6	أهداف الإعلان السياحي وأهميته خصائص الاعلان السياحي - العوامل المؤثرة على نجاح الإعلان - مراحل الحملة الاعلانية
				7	امتحان اعمال سنة (1)
د-1، د-2، د-3، د-4، د-5	ج-2، ج-3، ج-4، ج-6	ب-3، ب-4، ب-7	أ-5، أ-6، أ-7، أ-8	8-9	الجوانب الفنية في الإعلان الوظائف التسويقية للإعلان -وكالات الإعلان
د-1، د-2، د-3، د-4، د-5، د-6	ج-6، ج-7	ب-5، ب-6	أ-9، أ-10	10-11	- الدعاية - الدعاية السياحية- فعالية الدعاية السياحية- أساليب تخطيط الحملة الدعائية- مسئوليات القائمين على وضع الخطط الدعائية- عوامل نجاح الحملة الدعائية - وسائل الدعاية
				12	- امتحان أعمال سنة (2)
د-1، د-2، د-3، د-4، د-5، د-6	ج-8	ب-8	أ-4	13	الإعلام - المبادئ الأساسية للإعلام مفهوم عملية الأعلام- أسس الاتصال الفعال
د-1، د-2، د-3، د-4، د-5، د-6	ج-8	ب-2	أ-1، أ-2، أ-3	14	تنشيط المبيعات - وسائل تنشيط المبيعات- البيع الشخصي - أنواع البيع الشخصي

رئيس القسم
أ.د/ مصطفى محمود

القائمون بالتدريس
أ.د/ هدى سيد لطيف
أ.د / نانسي محمد فوزي
د/ مروة عبدالنواب