

نموذج وصف المقرر

1. اسم المقرر الإعلان الصحفى
2. رمز المقرر Mu1024004
3. الفصل / السنة 2025-2026
4. تاريخ إعداد هذا الوصف 2025-9-30
5. أشكال الحضور المتاحة حضوري
6. عدد الساعات الدراسية (الكلي) / عدد الوحدات (الكلي) 60
7. اسم مسؤول المقرر الدراسي (اذا اكثر من اسم يذكر) الاسم: الإيميل : abdulkadhim.mohammed.iswayyid@uomus.edu.iq
8. اهداف المقرر اهداف المادة الدراسية تعريف الطالب بكل ما يتصل بموضوع الاعلان • تدريب الطالب الجوانب النظرية والتطبيقية لمادة الإعلان الصحفى • تعريف الطالب بموضوع الإعلان وكيفية اعلانات صحفية • اكساب الطالب مهارات في تصميم واخراج الإعلانات • اكساب الطالب منها رات التعامل مع الجمهور المتخصص •
9. استراتيحيات التعليم والتعلم الاستراتيحية التفكير الناقد – التفكير الإبداعي – التعاوني - التعلم القائم على المشاريع ..
10. بنية المقرر الأسبوع الساعات مخرجات التعلم اسم الوحدة او الموضوع طريقة التعلم طريقة التقييم

			المطلوبة		
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	نشأت الإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	1
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	مفهوم الإعلان ومراحل تطوره في الصحافة	اكتساب معرفة	ساعتان	2
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	وظائف وأهداف الإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	3
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الأسس الفنية لتصميم الإعلانات	اكتساب معرفة	ساعتان	4
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	استخدام التقنيات في الإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	5
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	أخلاقيات الإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	6
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الرموز اللغوية وغير اللغوية في الإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	7
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	العناصر الخاصة باعداد الرسالة الاعلانية	اكتساب معرفة	ساعتان	8
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الجوانب السايكولوجية في الإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	9
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الإعلان والتسويق	اكتساب معرفة	ساعتان	10
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الحملات الاعلانية	اكتساب معرفة	ساعتان	11
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الإعلان وفئات الجمهور	اكتساب معرفة	ساعتان	12
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	قياس اثر الإعلان في الجمهور	اكتساب معرفة	ساعتان	13
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	نماذج للسلوك الاستهلاكي الإعلاني	اكتساب معرفة	ساعتان	14
		امتحان نصف السنة			
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	أنواع الإعلانات الصحفية	اكتساب معرفة	ساعتان	1
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	وسائل الإعلام وعلاقتها بالإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	2
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الترويج الإعلاني	اكتساب معرفة	ساعتان	3
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	مزايا الإعلان وعيوبه في الصحافة	اكتساب معرفة	ساعتان	4
منح درجات	شرح ومناقشة	الأساليب الاعلانية في الصحافة	اكتساب معرفة	ساعتان	

للمشاركين					5
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	اثر الإعلان في التمويل	اكتساب معرفة	ساعتان	6
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	الإعلان في الانترنت	اكتساب معرفة	ساعتان	7
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	اهم الفروق بين الإعلان في الصحافة والانترنت	اكتساب معرفة	ساعتان	8
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	مراحل اعداد الإعلان وتصميمه في الصحافة	اكتساب معرفة	ساعتان	9
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	مراحل انتاج الإعلان في الصحافة	اكتساب معرفة	ساعتان	10
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	اعداد الإعلان وتحريره في الصحافة	اكتساب معرفة	ساعتان	11
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	استراتيجيات الإعلان في الصحافة	اكتساب معرفة	ساعتان	12
منح درجات للمشاركين	شرح ومناقشة	العوامل المؤثرة في حجم الإعلان	اكتساب معرفة	ساعتان	13
		امتحان الفصل الثاني			

11. تقييم المقرر

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير الخ

12. مصادر التعلم والتدريس

ملزمة من اعداد مدرس المادة تتضمن 28 محاضرة	الكتب المقررة المطلوبة (المنهجية أن وجدت)
كتاب عبد الرزاق محمد الدليمي الإعلان في القرن الحادي والعشرين	المراجع الرئيسية (المصادر)
كتاب الإعلان للدكتورة منى الحديدى	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها (المجلات العلمية، التقارير)
شبكة الانترنت	المراجع الإلكترونية ، موقع الانترنت

Course Description Form

13.	Course Name: Press advertisement	
14.	Course Code: Mu1024004	
15.	Semester / Year: 2023- 2024	
16.	Description Preparation Date: 15-5-2024	
17.	Available Attendance Forms: presence	
18.	Number of Credit Hours (Total) / Number of Units (Total) 60	
19.	Course administrator's name (mention all, if more than one name) Abdel kadhumi Muhammad Aswaaid Name: Email: abdulkadhim.mohammed.iswayyid@uomus.edu.iq	
20.	Course Objectives	
	Course Objectives	<ul style="list-style-type: none"> • Introducing the student to everything related to the subject of the advertisement • Training the student in the theoretical and applied aspects of press advertising • Introducing the student to the subject of advertising and how to advertise in newspapers • Providing the student with skills in designing and directing advertisements • Providing the student with the skills of dealing with a specialized audience
21.	Teaching and Learning Strategies	
Strategy	tical thinking - creative thinking - collaborative - project-based learning	

22. Course Structure					
Week	Hours	Required Learning Outcomes	Unit or subject name	Learning method	Evaluation method
1	Two hours	Acquire knowledge	Advertisements arose	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
2	Two hours	Acquire knowledge	The concept of advertising the stages of its development journalism	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
3	Two hours	Acquire knowledge	Functions and objectives of advertising	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
4	Two hours	Acquire knowledge	Technical foundations of advertising design	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
5	Two hours	Acquire knowledge	Use of technologies in advertising	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
6	Two hours	Acquire knowledge	ing technologies in advertising	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
7	Two hours	Acquire knowledge	Advertising ethics	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
8	Two hours	Acquire knowledge	rbal and non-verbal symbols in advertising	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
9	Two hours	Acquire knowledge	lements for preparing the advertising message	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
10	Two hours	Acquire knowledge	Psychological aspects in advertising	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
11	Two hours	Acquire knowledge	vertising and marketing	Explanation and discussion	Awarding grades to participants

12	Two hours	Acquire knowledge	Advertising campaigns	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
13	Two hours	Acquire knowledge	Advertising and audience categories	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
14	Two hours	Acquire knowledge	Measure the impact of advertising on the audience	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
			Mid-year exam		
1	Two hours	Acquire knowledge	Types of newspaper advertisements	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
2	Two hours	Acquire knowledge	Television media and its relationship to advertising	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
3	Two hours	Acquire knowledge	Advertising promotion	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
4	Two hours	Acquire knowledge	Advantages and disadvantages of advertising in the press	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
5	Two hours	Acquire knowledge	Advertising methods in the press	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
6	Two hours	Acquire knowledge	The effect of advertising on financing	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
7	Two hours	Acquire knowledge	Advertising on the Internet	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
8	Two hours	Acquire knowledge	The most important differences between advertising in the press and the Internet	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
9	Two hours	Acquire knowledge	Stages of advertising preparation and	Explanation and	Awarding grades to

			design in the press	discussion	participants
10	Two hours	Acquire knowledge	Pages of advertising production in the press	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
11	Two hours	Acquire knowledge	Pages of advertising production on the Internet	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
12	Two hours	Acquire knowledge	Preparing and fitting the advertisement in the press	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
13	Two hours	Acquire knowledge	Advertising strategies in the press	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
14	Two hours	Acquire knowledge	Factors affecting the size of advertising	Explanation and discussion	Awarding grades to participants
			Second semester exam		

23. Course Evaluation

Distributing the score out of 100 according to the tasks assigned to the student such as daily preparation, daily oral, monthly, or written exams, reports etc

24. Learning and Teaching Resources

Required textbooks (curricular books, if any)	A binding prepared by the subject teacher, including 28 lectures
Main references (sources)	Abdul Razzaq Muhammad Al-Dulaimi's book, Advertising in the Twenty-First Century
Recommended books and references (scientific journals, reports...)	One advertising book by Dr. Mona Al-Hadidi
Electronic References, Websites	world wide web