

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
الجامعة التقنية الوسطى  
كلية الفنون التطبيقية  
القسم : تقنيات الإعلان

### المفردات الدراسية

عدد الساعات الاسبوعية				السنة الدراسية الثالثة	تسويق الاعلان		أسم المادة
عدد الوحدات	المجموع	عملي	نظري		AD - MARKETING		
4	2	-	2		العربية	لغة التدريس	

الهدف العام : التعريف لموضوع التسويق بشكل عام وتسويق الخدمة بشكل خاص .  
الهدف الخاص : ايجاد قاعدة نظرية للاحاطه لموضوع تسويق الخدمة الاعلانيه في اطار المزيج التسويقي .

المفردات النظرية	
الاسبوع	تفاصيل المفردات
الاول	التسويق - المفهوم - الاهمية - تطور المفهوم التسويقي
الثاني	العملية التسويقية - المفهوم - العناصر
الثالث	تحليل الفرص التسويقية - اعداد استراتيجيات التسويقية
الرابع	تخطيط البرامج التسويقية - ادارة الجهود التسويقية
الخامس	نظام المعلومات التسويقية - المفهوم - الاهمية - العناصر
السادس	نظام السجلات الداخلية - نظام مخبرات التسويق
السابع	نظام بحوث التسويق - نظام دعم القرارات التسويقية
الثامن	المزيج التسويقي للخدمة الاعلانيه - المفهوم - الاهمية - العناصر
التاسع	الخدمة الاعلانيه - المفهوم - الخصائص
العاشر	انواع تسويق الخدمة - التسويق الداخلي - التسويق الخارجي - التسويق التفاعلي
الحادي عشر	ادارة التمايز في حقل الخدمات - ادارة انتاجية الخدمة
الثاني عشر	ادارة جودة الخدمات
الثالث عشر	تسعير الخدمة الاعلانيه - المفهوم - الاهمية
الرابع عشر	سياسيات تسعير الخدمة - طرق تسعير الخدمة
الخامس عشر	توزيع الخدمة - المفهوم - هيكل توزيع الخدمة الاعلانية
السادس عشر	ترويج الخدمة الاعلانيه - المزيج الترويجي للخدمة الاعلانية
السابع عشر	عملية تقديم الخدمة الاعلانيه - مقدموا الخدمة الاعلانيه - الدليل المادي للخدمة الاعلانيه
الثامن عشر	ادارة الاعلان - مفهوم الاعلان - تطوير التاريخي للاعلان
التاسع عشر	انواع الاعلان
العشرون	خصائص الاعلان - وظائف الاعلان
الحادي والعشرون	عملية ادارة الاعلان - المفهوم - الانشطة
الثاني والعشرون	تحديد الاسواق المستهدفه - تحديد اهداف الاعلان
الثالث والعشرون	موازنه الاعلان - المفهوم - طرق تحديد موازنه الاعلان
الرابع والعشرون	تصميم ستراتيجه الاعلان والرساله الاعلانيه
الخامس والعشرون	ستراتيجهيات الاعلان - المفهوم - انواع الاستراتيجيات
السادس والعشرون	الرساله الاعلانيه - العناصر النسخه الاعلانيه - العمل الفني
السابع والعشرون	نشر وتوزيع الرساله الاعلانيه - خطة الوسيله الاعلانيه
الثامن والعشرون	خصائص الوسيله الاعلانيه - خصائص وسط الوسيله الاعلانيه
التاسع والعشرون	تقويم الاعلان - المفهوم - الاهمية
الثلاثون	طرق تقديم الاعلان (التقويم القبلي والتقويم البصري)