

وصف مساقات بكالوريوس العلاقات العامة والإعلان- الإعلان باللغة الانجليزية / العربية

اسم المساق: مهارات الإتصال	رقم المساق: COM 101	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: -		
يتناول هذا المساق موضوع الإتصال البشري وعوائقه، ومهارات الإتصال المتنوعة والمهمة لفهم الإنسان والتعامل معه بنجاح؛ يُدرَّب الطالب ويكسب مهارات وفنون تمكنه من اتقان التواصل مع الآخرين بنجاح في بيئات الحياة المختلفة كمفاتيح لتحقيق التميز والريادة، ويدرس ظواهر الرسائل الإتصالية التي تصدر من الإنسان وبيان مدلولاتها وخفايا هذه الرسائل التي يحتاج إلى التنبيه لها كلغة الجسد والصوت وما شابهها وطرق التحوار والإقناع المختلفة مع بني البشر.		
اسم المساق: اللغة العربية للإعلام	رقم المساق: COM 102	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: -		
يتناول هذا المساق تعريف اللغة ووظيفتها وأصلها وأهمية اللغة العربية وخصائصها وكيفية حمايتها، ويتناول بيان مفهوم الإعلام ووظائفه وأهدافه وعناصر العملية الإعلامية وصلة وسائل الإعلام باللغة والواقع اللغوي في وسائل الإعلام. ويبين دور الإعلام في تعليم اللغة، ثم يتناول العلاقة بين الإعلام والإعلان ببيان مفهوم الإعلام وأهميته وسمات لغته ومشكلاته ومقترحات للعلاج.		
اسم المساق: مقدمة في العلاقات العامة	رقم المساق: COM 201	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 101		
يتناول هذا المساق مفهوم العلاقات العامة ونشأتها وتطورها، كما يوضح مبادئها وأهميتها ويتضمن الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها والتحوللات الأكاديمية والمهنية وأهم وظائف العلاقات العامة وأنواعها ويركز هذا المساق على مواصفات العاملين بها وخصائصهم وتحديد أخلاقيات العمل بالعلاقات العامة، ويوصف علاقاتها بالأنشطة الاتصالية الأخرى والتخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة ومتطلباتها والعوامل اللازمة لنجاحها ودراسة العلاقات العامة مع جماهير المنظمة (الداخلي والخارجي).		
اسم المساق: مقدمة في الإعلان	رقم المساق: COM 202	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 101		
يتناول هذا المساق التعريف بالإعلان باعتباره شكل من أشكال الإتصال والعوامل التي ساعدت في الإهتمام بهذا النشاط الإتصالي والمراحل التي يمر بها وعلاقة ذلك بالمستهلك باعتباره الهدف الأساسي للإعلان وعلاقة بحوث التسويق التي تجرى على عينات من المجتمع كونها محرك أساسي لنجاح الإعلان في توجهاته المختلفة، كما يوضح وسائل الإعلان المستخدمة وصيغ تحرير الإعلانات وأنواع الرسائل الإعلانية مما يتيح للطالب التعرف على هذا العلم الذي تحده مجموعة نماذج ونظريات وتفسره بحوث تجريبية ميدانية مما يساعد على فهم وتنسيق طبيعة الحملات الإعلانية ومستلزمات نجاحها والوسائل المستخدمة فيها وهذا يعطيه القدرة على صياغة وتصميم الرسائل الإعلانية ومعرفة الأجزاء الأساسية المكونة لها وكيفية عمل وكالات الإعلان المتخصصة وطبيعة الحملات الإعلانية وشروط نجاحها، كما أن الطالب يتعرف بشكل واضح على المبادئ الأخلاقية التي تحكم النشاط الإعلاني والصوابط والقوانين التي يتحرك في ضوئها في عدد من الدول العربية والأجنبية.		
اسم المساق: التصوير الفوتوغرافي	رقم المساق: COM 203	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)
المتطلب السابق: CIS 101		
يتناول هذا المساق فن التصوير الضوئي (الفوتوغرافي) والأسس العلمية والفنية للتصوير، كما يشرح فكرة عمل الكاميرا وأجزاء الكاميرا وأنواعها وأنواع العدسات أيضاً وعوامل التعريض الضوئي وعمق الميدان، كما يوضح آلية التصوير الضوئي وإنتاج الصور واستخدام الإضاءة ودقة الصورة ووسائل التخزين وكيفية تحرير الصور بعد التقاطها ببرنامجي الفوتوشوب واللايت روم.		
اسم المساق: التصوير التلفزيوني	رقم المساق: COM 204	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)
المتطلب السابق: COM 203		
يؤهل هذا المساق الطلاب لاكتساب المهارات والخبرات اللازمة للقيام بتصوير الأعمال التلفزيونية وضبط الإضاءة، ويتعلم الطالب في المقام الأول كيف يكون مصوراً محترفاً وكيف يمكنه أن يأخذ مواقع التصوير داخل الاستوديو وخارجه من خلال التدريب على الأنواع المختلفة للكاميرات المستخدمة في الأعمال التلفزيونية. وسوف يتعلم الطلاب أساسيات التصوير باستخدام أنواع مختلفة من الكاميرات والعدسات والفلتر بالإضافة إلى السرعات، كذلك يتعلم الطلاب أهمية الإضاءة وزوايا الكاميرا خلال التصوير، وخلال مراحل التدريب المختلفة يقوم الطلاب بالوقوف خلف الكاميرا والقيام بالتقاط اللقطات والمشاهد بأنفسهم لاكتساب الخبرة في أقل وقت ممكن ثم يتدربون على تطبيقات عملية على المونتاج والميكساج وإضافة الجرافيك باستخدام البرنامج Final Cut و Adobe Premiere		
اسم المساق: المدخل إلى العلوم السياسية	رقم المساق: COM 205	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 101		
يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم علم السياسة وتطورها التاريخي وموضوعاتها وعلاقتها بعلوم الاجتماع الأخرى، فضلاً عن تحديد مفهوم نظرية الدولة والسلطة السياسية وأسباب خضوع السلطة السياسية للقانون. علاوة على شرح مفهوم الأحزاب السياسية وعلاقتها بالأنظمة السياسية، ثم بيان دور الرأي العام وأهميته وطرق قياسه، مع إيضاح لمفهوم جماعات المصلحة ووظائفها ووسائلها.		
اسم المساق: الترجمة	رقم المساق: COM 206	الساعات المعتمدة: 3

ENGA 102	المتطلب السابق:	
يهدف هذا المساق إلى تهيئة الطالب بحيث يكون متمكناً من اعداد المحرر المترجم بجمع ما بين القدرة على الترجمة والتحرير في وقت واحد. ويضيف هذا المساق المعرفة الكبيرة للطالب في مجال الشؤون الخارجية ويعزز مهاراته وقدراته وأدواته في إستعراض القواعد النظرية للترجمة والتحرير والتطبيقات العملية على الأخبار عبر الوكالات العالمية والإقليمية. وكذلك يمكنه من تكيف الأخبار المترجمة إلى اللغة المحلية ونشرها بطريقة مفهومة بعد إدخال التعديلات المطلوبة عليها.		
اسم المساق: الرأي العام	رقم المساق: COM 401	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:	COM 201, COM 202	
يتناول هذا المساق مفهوم الرأي العام و أسباب الاهتمام به و الأنواع التي يصنف لها الرأي العام وفق معايير محدده تتعلق بعناصر الزمن وحجم الجمهور المشارك فيه وقوة التأثير والتأثير والوقوف على عوامل تكوين الرأي العام المختلفه و بخاصة منها وسائل الاعلام حيث يمكن للطالب من خلال ذلك أن يكون قادراً على فهم نظريات تفسير السلوك التي تتناول ظاهرة الرأي العام وبالتالي القدرة على قياس الرأي العام من خلال أدوات موضوعية مثل الاستفتاء أو المسح أو تحليل المضمون واستطلاعات الرأي العام.		
اسم المساق: مبادئ الاقتصاد	رقم المساق: ECOA 201	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:	-	
يتناول هذا المساق يتناول هذا المساق أخلاقيات العمل كنهج إداري حديث للفضايا الأخلاقية في بيئة العمل، من خلال تناول الممارسات الأخلاقية المختلفة في بيئة العمل ومصادرها وأسباب تراجعها، وكذلك الانضباط الوظيفي بصوره المختلفه، كما يستعرض ظواهر الفساد الإداري وآليات مجابهته، كما يتناول المساق المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ومداخل الحوكمة ودعم الثقافة التنظيمية لتعزيز البعد الأخلاقي في بيئة العمل، كما يتيح هذا المساق الفرصة للطلاب لتقييم المشكلات الأخلاقية في بيئة العمل ومنظمات الأعمال.		
اسم المساق: مناهج البحث العلمي	رقم المساق: RES/ 201	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:	CIS 101, STA 301	
يتناول هذا المساق الأصول العلمية لإعداد البحث العلمي في الحقل المعرفي (العلاقات العامة، الإعلام، الإعلان، علوم الإتصال)، وتأهيل الطالب من خلال تدريبه على كيفية إختيار موضوع بحث في إحدى هذه الموضوعات، وكيفية دراسة مناهجها البحثية، وجمع المادة العلمية حول موضوع الدراسة، وفهرستها بحسب الأصول. مع متابعة التطبيق العملي للطلبة لكل هذه الجوانب من خلال تكليفهم بإعداد بحوث علمية - تطبيقية، بشكل يضمن تمكينهم من توظيف هذه المهارات في عملية صياغة واعداد البحوث العلمية والدراسات المستقبلية في مراحل دراستهم الجامعية المختلفة.		
اسم المساق: مدخل إلى علم الاجتماع	رقم المساق: SOCA 101	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:	-	
يتطرق هذا المساق إلى مفهوم علم الاجتماع وميادينه، ويقارن بين علم الاجتماع والعلوم الاجتماعية الأخرى، ويشرح المنهج العلمي وطرق البحث في الدراسات الاجتماعية، وكذلك إلى مفهوم الثقافة والجماعات الإنسانية، والتنشئة الاجتماعية، والعمليات الثقافية والاجتماعية، ويصف الضبط الاجتماعي ووسائطه، والمشكلات الاجتماعية والسلوك المنحرف، وأخيراً يتطرق إلى النظم المختلفة.		
اسم المساق: الاحصاء التطبيقي	رقم المساق: STA 301	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:	CIS 101, COM 101	
يتناول هذا المساق التعريف بعلم الاحصاء وأهميته في عملية جمع وتنظيم وتحويلها الى معلومات رقمية تمكن مستخدمها من اتخاذ قرارات سليمة في مجال عملهم. ويهدف هذا المساق إلى تنمية قدرات الطالب المعرفية في توصيف البيانات وعرضها وحساب التوزيع التكراري ومقاييس النزعة المركزية والتشتت، وتحليل الانحدار والتباين والارتباط بين عدة متغيرات احصائية وتفسيرها. وكذلك تمكين الطالب من التطبيق الفعال للمقاييس الاحصائية في مجال ادارة الأعمال من خلال اختبار العينات وحدود الثقة وتطبيقات مربع كاي وغيرها.		
اسم المساق: الشبكات الاجتماعية والواقع الافتراضي	رقم المساق: COM 301	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:	COM 101, CIS 101	
يتناول هذا المساق طرق الإتصال الحديث في المجتمعات وتأثير خصائص الشبكات الاجتماعية في تقوية روابط المجتمع وتواصل أجياله. كما يوضح معالم الأبعاد الاتصالية للواقع الافتراضي وتطبيقاته في بيئات الاتصال المختلفة في الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية للإعلام الجديد وتفاعلها مع المجتمع ويتطرق أيضاً للأدوار السلبية لتلك الجوانب. كما يعرف مزايا وسمات الصحافة الإلكترونية وطرق الرقابة عليها موضحاً خصائص الإعلام الجديد التي تميزه عن الإعلام التقليدي.		
اسم المساق: أساسيات التصميم	رقم المساق: COM302	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)
المتطلب السابق:	CIS 101, COM 202	
يتناول هذا المساق الأهمية والوظائف والعوامل المؤثرة والعناصر والأدوات المستخدمة وتاريخ التصميم. كما يساعد الطالب على التعرف على الاتصال البصري ودوره في المجتمع. وهذا المساق يتيح للطلاب الفرصة لممارسة هذه المهارات وتطبيقها بأساليب متنوعة وبصورة تمكنهم من تحقيق أهدافهم الشخصية وأفكارهم الفنية بتصميم حقيبة تصاميم مطبوعة يراعي فيها تنظيم عناصر التصميم ومبادئه بوصفه وحدة أساسية لبناء عناصر التصميم الحديث.		
اسم المساق: فن الجرافيك	رقم المساق: COM303	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)

CIS 101, COM 202		المتطلب السابق:
يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم التصميم الجرافيكي وأهميته وتاريخ نشأته ومجالات تطبيقه وأسس نجاحه. كما يتيح المساق للطلاب التمييز ما بين أنواع المطبوعات وأنواع التصميم الجرافيكي، وما بين العناصر التصويرية والمرئية والعلانية والتطبيقية وبين المبادئ الأساسية والمساندة في التصميم الجرافيكي. كما يؤهل المساق الطالب ليقوم تقسيم سبب العمل الفني ويعدده لتخطيط الشبكة المناسبة ويحدد أهمية وعلاقة الشبكات بالتوازن، ويتيح للطلاب تصميم شعار أو شارة باستخدام التصميم الجرافيكي.		
اسم المساق: الذكاء الاصطناعي	رقم المساق: COM402	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)
المتطلب السابق:		CIS 101
يزود هذا المساق الطلبة بالمعرفة اللازمة لفهم مفاهيم الذكاء الاصطناعي، ويدربهم على إنشاء استراتيجيات لمشروع ذكاء اصطناعي، وتقييم قرار الشراء لأدوات المشروع كما ويتناول المساق استخدام الآلات في صناعة المحتوى الصحفي (Robojournalism) والمحتوى التسويقي ويزود الطلبة بمعرفة رؤية دولة الإمارات العربية المتحدة للذكاء الاصطناعي في مجالات التكنولوجيا والطاقة والنقل والتعليم والفضاء.		
اسم المساق: الوسائط المتعددة	رقم المساق: COM 403	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)
المتطلب السابق:		COM 201, COM 202
يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم الوسائط المتعددة من خلال الخصائص المختلفة لعناصرها وأنواعها، إضافة إلى مجالات استخدام وطرق تقديم الوسائط المتعددة. ويهدف هذا المساق إلى تنمية قدرات الطالب المعرفية في كيفية توظيف المكونات المادية لإنتاج الوسائط المتعددة وكما يسعى المساق إلى تمكين الطالب من التمييز بين خصائص ومعايير برامج الإنتاج والتأليف لتكوين التطبيقات المختلفة، كما يؤهله لتصميم وتقييم خطوات ومراحل ومعايير إنتاج واختيار برامج الوسائط المتعددة.		
اسم المساق: مجتمع المعلومات	رقم المساق: COM 404	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:		COM 201, COM 202
يتناول هذا المساق فكرة شاملة عن مفهوم مجتمع المعلومات، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونشأتها وأهم نظرياتها. ويبين للطلاب خصائص ومؤشرات مجتمع المعلومات. كما يتيح المساق للطلاب الفرصة لتحليل أهمية تقسيمات صناعة المعلومات ومتطلباتها وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ووظائفها مزايائها وتقييم أهم التوجهات العربية والدولية لمجتمع المعلومات وتحقيق أمن المعلومات. كما يعد الطالب لتمييز تأثير ودور المكتبات في مجتمع المعلومات. كما يتيح للطلاب اختبار جودة تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال التعليم الإلكتروني والمكتبات الإلكترونية والحكومات الإلكترونية.		
اسم المساق: مصادر الطاقة المتجددة	رقم المساق: ENV 303	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:		COM 101
يتناول هذا المساق التعريف بمصادر الطاقة المتجددة وأهميتها. ويبين موارد وتحويلات الطاقة من حيث طرق تقليدية لتحويل الطاقة والطلب على الطاقة. ويتناول الطاقة الأحفورية، والطاقة الشمسية وطاقة الرياح والمياه والطاقة الحيوية. والطاقة النووية، ودراسة الطاقة والاقتصاد والبيئة ويتناول الطاقة المتجددة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتاريخها وتطبيقاتها، وأهميتها.		
اسم المساق: تاريخ دول الخليج	رقم المساق: HIS 210	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:		UAE/A 201
يهدف هذا المساق إلى تعريف الطلبة هوية السكان القدماء في الخليج خلال العصر الحجري والعهد الهيليني والفرثوني وتاريخ العرب في الخليج خلال فترة الإسلام والفتوحات الإسلامية، ويوضح مفاهيم تكوينات القرامطة والإمارة العينية في الخليج. كما يتيح المساق للطلاب تفسير الصراع على الخليج خلال فترة البرتغاليون والصفويون والعثمانيون ودور إنجلترا في الخليج وتحليل طبيعة الإنسان وبداية التكوين السياسي في الخليج. كما يؤهل المساق الطالب لكسب المهارة الكافية لوصف تاريخ الخليج (الساحل المتصالح) من عام 1820 حتى الاستقلال ومناقشة التطورات السياسية واقتصاد النفط في الخليج في القرن العشرين.		
اسم المساق: المدخل إلى دراسة القانون	رقم المساق: LAW 101	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:		
يتناول المساق دراسة النظرية العامة للقانون من حيث تعريف القانون وخصائص القاعدة القانونية وفروع القانون المختلفة ومصادره الرسمية والتفسيرية ونطاق تطبيق القانون من حيث المكان والزمان. كما يتناول هذا المساق دراسة الشخصية القانونية من حيث أهميتها وأنواعها والآثار المترتبة على اكتسابها، ويتضمن كذلك دراسة النظرية العامة للحق من حيث التعريف بالحقوق وأركانها وأنواعها وأطرافها ووسائل حمايتها وإثباتها.		
اسم المساق: المنظمات الإقليمية والدولية	رقم المساق: LAW-304	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:		COM 101
يتناول هذا المساق دراسة المنظمات الدولية من حيث تعريفها ونشأتها وتطورها، مع التركيز على دراسة القواعد العامة للتنظيم الدولي والشخصية القانونية للمنظمة الدولية وأنواع المنظمات الدولية ودور المنظمة الدولية وسلطاتها، مع دراسة واسعة لهيئة الأمم المتحدة وبعض المنظمات الإقليمية خاصة جامعة الدول العربية ومجلس التعاون لدول الخليج العربي.		
اسم المساق: مقدمة في إدارة الأعمال	رقم المساق: MGTA 101	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق:		-

يتناول هذا المساق تعريف الطلبة للمفاهيم الإدارية والاتجاهات الفكرية المعاصرة، وكذلك مراحل تطور الفكر الإداري الكلاسيكي والحديث، واليات التخطيط والتنظيم، والتوجيه والقيادة، واتخاذ القرارات، والاتصالات، والرقابة، وتقييم الأداء، كما يتطرق الى الانماط القيادية واتخاذ القرارات، وإجراءات الرقابة وآليات تقييم الأداء.		
اسم المساق: كتابة النصوص الإعلانية	رقم المساق: ADS 301	الساعات المعتمدة: 3 (ساعتان نظري + ساعتان عملي)
المتطلب السابق: COM 202		
يتناول هذا المساق دراسة كيفية إعداد المادة التحريرية لرسائل الإعلان من أجل تكوين رأى عام مستهدف وأيضاً إعداد المادة التحريرية المستهدفة لوسائل الإعلان المختلفة مع تحديد أبعاد صياغة المضمون ومحتوياته وأثر الكتابة والصياغة وفعاليتها على مراحل التأثير النفسي والاتصالي للجمهور المستهدف ومراعاة اختلاف الجمهور والوسائل مع تطبيقات عملية يعدها الطالب.		
اسم المساق: الإعلان المطبوع	رقم المساق: ADS 302	الساعات المعتمدة: 3 (4 عملي)
المتطلب السابق: ADS 301		
يهدف هذا المساق أن يدرس الطالب كل أشكال الإعلان المطبوع بعد التعرف على مقدمة تاريخية للطباعة وتطورها وتقنياتها وصولاً إلى التطبيقات الحديثة في مجال الإعلان المطبوع ويشمل ذلك الإعلان الصحفي (جرائد ومجلات)، الإعلانات الخارجية الثابتة، الإعلانات الترويجية المطبوعة في مراكز الخدمة الذاتية ودراسة عناصر التصميم في كل منها وأساسيات التصميم لها بما في ذلك عملية فصل الألوان والطرق الطباعة وأنواع الورق والاحبار أو الخامات والتقنيات الطباعة وتدريب الطلبة على ذلك على نماذج تطبيقية من خلال مجموعات عمل.		
Credit Hours: 3 HR. S (1 HR THEORETICAL , 3 HR PRACTICAL)	Course Code: ADS 303	Course Title: 3D Printing (E)
ADS 302		Pre-requisite(s)
This course will cover the using of additive manufacturing, advertising technology, and helps achieving goals of advertising purposes; create innovative communication messages to the buyers directly. Also equip students with developing, evaluating and executing skills of 3Ddesign and printing -based advertising. Also support promotional campaigns with an exploration of raise visibility that increase sales broadly known as 3D printing, transforming and facilitate how products are designed, produced, and serviced. Enables on-demand production without dedicated equipment or tooling, unlocks digital design tools, and offers breakthrough performance and unparalleled flexibility across industries.		
اسم المساق: إدارة الإعلان	رقم المساق: ADS 304	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 202		
يتعرف الطلاب من خلال هذا المساق على المفهوم العام لعلم الإدارة وبخاصة إدارة الإعلان من خلال دراسة علمية إدارية متكاملة لما يجري داخل المنشآت المتخصصة في المجال مع دراسة إدارة خطط النشاط الاعلاني وعلاقة الإدارة بتحقيق الاهداف والاستراتيجيات للرسائل والوسائل المستخدمة وإدارة القرارات والمعايير التي حدتها الميزانيات ودراسة الجدوى الاقتصادية داخل المنشآت الاعلانية والاعلامية		
Credit Hours: 3	Course Code: ADS 401	Course Title: Electronic Advertising
ADS 301		Pre-requisite(s)
This course introduces students to use of the Internet by different organizations to achieve goals for advertising purposes to communicate with buyers directly, raise visibility, and increase sales. It shows students how they can leverage Web-based content to get the right information to the right people at the right time for a fraction of the cost of big-budget campaigns. Students learn to evaluate, develop, and execute Internet-based advertising and promotional campaigns with an exploration of Internet advertising and marketing issues and ideas. Most weekly classes will consist of a discussion of Internet advertising and marketing issues along with hands-on lab and multimedia sessions.		
اسم المساق: استراتيجيات الابداع الاعلاني	رقم المساق: ADS 402	الساعات المعتمدة: 4 (3+3)
المتطلب السابق: ADS 302		
يدرس الطالب في هذا المساق معنى الإبداع والتفكير الابتكاري من حيث المراحل التي تمر بها العملية الابتكارية ومكوناتها والاستراتيجيات الإبداعية في مجال الإعلان وكيفية تصميمها وإعدادها مع استخدام الاوتار الإقناعية المؤثرة من خلال خطوات عملية وبحثية تتضمن مراحل تطبيقية ليصبح الطالب قادراً على إعداد وتحليل رسائل إعلانية ابتكارية من خلال مجموعات عمل.		
اسم المساق: الإعلان الإذاعي والتلفزيوني	رقم المساق: ADS 403	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)
المتطلب السابق: COM 202, COM 204		
يقدم المساق دراسة لخصائص الإذاعة والتلفزيون ومكونات الإعلان في كل منهما والتعرف على مميزات كل منهم كوسائل إعلانية جماهيرية والتطرق الى تقنياتهم الحديثة وأثرها على الإعلان كما تتعرض الدراسة لطرق إعداد وتصميم الإعلان الإذاعي والتلفزيوني بأنواعهم المختلفة والوسائل الفنية		

المرتبطة بذلك مع تدريب الطلبة عمليا على ذلك من خلال مجموعات عمل في أماكن الإعداد.		
اسم المساق: تخطيط الحملات الاعلانية	رقم المساق: ADS 404	الساعات المعتمدة: 4
المتطلب السابق: ADS 402		
يقوم هذا المساق بتعريف الحملات الاعلانية ودراسة مكوناتها ونماذج اتجاهات الجمهور وتحليل استراتيجيات الحملات الاعلانية وعملية التخطيط ودراسة المزج بين الوسائل في ضوء علاقتها بالجمهور المستهدف وكيفية إعداد المخصصات المالية والجدولة الزمنية ودراسة الاختبارات القبلية والبعدية وتقويم الحملات لضمان نجاحها.		
اسم المساق: تدريب ميداني في الاعلان	رقم المساق: ADS 405	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: RES/201 PRS 401 بعد انتهاء 90 ساعة دراسية		
يتم اكتساب الطلاب مهارات عملية من خلال مجموعات عمل تتدرب في المؤسسات العامة والخاصة والوكالات الخاصة بالاعلان، تقوم بتطبيق ما درسته في مساق إنتاج الاعلان المطبوع ومساق الاعلان المسموع والمرئي وذلك من خلال ورشة عمل للتدريب على التصميم والتصوير للأعمال والتدريب على الأسس الفنية واكتساب المهارات التنفيذية واختيار الخامات الى المهارات التي اكتسبها والصعوبات التي واجهها اثناء فترة التدريب، ومناقشة هذه التقارير من قبل المشرف الاكاديمي. المناسبة وعمل بروفات طباعية. ويقوم الطلاب بتقديم تقارير عن طبيعة المهام التي قاموا بها خلال فترة التدريب، بالإضافة.		
اسم المساق: مشروع التخرج في الاعلان	رقم المساق: ADS 406	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: ADS 404 + RES/ 201, انجاز 108 ساعة معتمدة		
يعمل هذا المساق على مساعدة الطالب في تنفيذ مشروع اعلاني متكامل من خلال محاكاة ما يحدث في سوق الاعلان عمليا ويكون التصميم جماعي من خلال فريق عمل يبدأ باختيار عنوان مشروع التخرج والمروء بالتحضير والبحث وجمع المعلومات واستطلاعات الرأي وتحليلها والوصول إلى مؤشرات ودلالات تحدد استراتيجية اعلانية وتصميمات تتضمن أفكار ابتكارية مدروسة تقوم المجموعة بتطبيقها ثم عرضها امام لجنة التقييم.		
اسم المساق: التسويق الالكتروني	رقم المساق: ADE 305	الساعات المعتمدة: 3 (2 عملي + 2 نظري)
المتطلب السابق: COM 202		
يسعى هذا المساق إلى إكساب الطلاب أحدث المهارات للتعامل مع شبكة الإنترنت والقيام بالتطبيقات العملية من خلال تصميم وتنفيذ أشكال لخدمة الإعلان لصالح مؤسسات أو منتجات أو علاقات تجارية محددة مع التطرق إلى دراسة أنواع هذه التطبيقات والبرامج الجرافيك المتعلقة بتصميمها وتنفيذها مع تعريف الطلاب بأخلاقيات التعامل في هذا المجال.		
اسم المساق: انتاج الاعلان التلفزيوني	رقم المساق ADE 306	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 204		
في هذا المساق يدرس الطالب الأسس المرتبطة بتصوير الإعلان التلفزيوني بكافة أشكاله وقوالبه الفنية بعد دراسة أنواع الكاميرات ووحدات الإضاءة وعلاقة تقنيات التصوير سواء التصوير الداخلي أو الخارجي ودراسة الإخراج وعمل المونتاج لتحقيق الأهداف الاتصالية للإعلان والتدريب عليها.		
اسم المساق: الترويج الاعلاني والمعارض	رقم المساق: ADE 307	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 202		
بتعرف الطلاب من خلال هذا المساق على الدراسات الترويجية وما يتعلق بالمزيج الترويجي والعوامل المؤثرة في صياغة هذه الاستراتيجيات وعلاقتها بالأنشطة الاتصالية للإعلان والنشر والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات من خلال عمليات تخص إدارة نوافذ العرض وإقامة المعارض والمهرجانات وكل الوسائل الداعمة لمعارض البيع بمحلات الخدمة الذاتية.		
اسم المساق: إعلانات الطرق	رقم المساق: ADE 308	الساعات المعتمدة: (ساعتان نظري وساعتان عملي)
المتطلب السابق: ADS 302		
يتناول هذا المساق دراسة كل ما يتعلق بوسيلة الإعلانات الخارجية سواء الثابتة أو تلك الموجودة على وسائل النقل المتحركة وطرق تصميمها وتنفيذها وكيفية إدارتها بما في ذلك دراسة القوانين والتشريعات المنظمة لها كما يعالج المقرر دراسة لكل أنواع الإعلانات الخارجية بمسمياتها المختلفة مع دراسة وتحليل لنماذج عالمية ومحلية مع دراسة الخامات والطرق الطباعية المتبعة في تنفيذها.		
اسم المساق: سلوك المستهلك	رقم المساق: ADE 407	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 202		
يهدف هذا المساق إلى الإلمام التام بالدراسات السيكولوجية للمستهلكين والمتلقين قبل الإعداد للعمليات الاتصالية حيث يتم دراسة كل الجوانب المختلفة لسلوك المستهلكين والعوامل المؤثرة فيها وأنواع الإدراك ودراسة الاتجاهات والوافع والإحتياجات وعلاقتها بالغرناز من خلال دراسة هذه النظريات وارتباطها بالإعلان وعمليات اتخاذ القرارات وكيفية استخدام الأوتار الإقناعية للتأثير الإيجابي مع دراسة وتحليل نماذج.		
اسم المساق: مهارات العرض والتقديم	رقم المساق: ADE 408	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM101		
يهدف هذا المساق إلى إكساب الطلاب مجموعة من المهارات الاتصالية المرتبطة بنجاحه في العمل الإعلامي وخصوصا في مجال الإعلان حيث تتطرق		

الدراسة الى لغة الحديث والإلقاء والإنصات والتعبير وأساليب ونظريات التأثير والإقناع كما يتدرب الطلاب على استخدام وسائل الاتصال وتقنياتها في مجال العرض والتقديم لضمان احداث الإقناع وتحقيق أهداف الاتصال.

اسم المساق: اقتصاديات الاعلان	رقم المساق: ADE 409	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: ADS 304		

يتناول هذا المساق كل ما يتعلق بالعوامل الاقتصادية المرتبطة بعمليات الإعلان وذلك من خلال دراسة الأسس النظرية الاقتصادية وتطبيقاتها قبل اختيار الوسائل وتخطيط الحملات من خلالها حيث هناك علاقة ارتباطية بين التكلفة والعائد من العمليات الاعلانية يجب دراستها وتحديدها قبل اتخاذ القرارات والتطبيقات تتعلق بدراسة الجدوى الفنية والتي يتم ترجمتها في النهاية الى دراسات جدوى اقتصادية.

اسم المساق: الحملات الاعلانية الدولية	رقم المساق: ADE 410	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: ADS 402		

يتناول هذا المساق كل ما يتعلق بالعوامل الاقتصادية المرتبطة بعمليات الإعلان وذلك من خلال دراسة الأسس النظرية الاقتصادية وتطبيقاتها قبل اختيار الوسائل وتخطيط الحملات من خلالها حيث هناك علاقة ارتباطية بين التكلفة والعائد من العمليات الاعلانية يجب دراستها وتحديدها قبل اتخاذ القرارات والتطبيقات تتعلق بدراسة الجدوى الفنية والتي يتم ترجمتها في النهاية الى دراسات جدوى اقتصادية.

اسم المساق: الإتصالات التسويقية المتكاملة	رقم المساق: PRE-307	الساعات المعتمدة: 3
المتطلب السابق: COM 201, COM 202		

تعتمد الدراسة لهذا المساق على المفهوم الحديث لعملية الاتصالات التسويقية المتكاملة والتي تتضمن التنسيق المبني على التكامل بين كل أنشطة الإعلان والنشر والبيع الشخصي والإعلان والتسويق المباشر ووسائل تنشيط المبيعات كما تشمل علاقة كل هذه الأنشطة بالتخطيط والتنظيم وقياس الفعالية والتقييم القابل لتطوير تلك الأنشطة لضمان تكاملها.