مخطط مادة دراسية

.1	اسم المادة	سيكولوجية الإعلام و الإعلان
.2	رقم المادة	٢٣٠٧٤٦٠
.3	الساعات المعتمدة (نظرية، عملية)	٣ ساعات معتمدة
	الساعات الفعلية (نظرية، عملية)	٣ ساعات
.4	المتطلّبات السابقة/المتطلبات المتزامنة	لا يوجد
.5	اسم البرنامج	بكالوريوس علم النفس العام
.6	رقم البرنامج	٠٧
.7	اسم الجامعة	الأردنية
.8	الكلية	الآداب
.9	القسم	علم النفس
.10	مستوى المادة	بكالوريوس
.11	العام الجامعي/ الفصل الدراسي	الفصل الأول ٢٠٢١/ ٢٠٢٢
.12	الدرجة العلمية للبرنامج	البكالوريوس
.13	الأقسام الأخرى المشتركة في تدريس المادة	لا يوجد
.14	لغة التدريس	العربية
.15	أسلوب التدريس	☐ وجاهي ☐ مدمج ☐ إلكتروني
.١٦	المنصة الإلكترونية	☐Moodle ☐Microsoft Teams ☐Skype ☐Zoom ☐Others……
.17	تاريخ استحداث مخطط المادة الدراسية / تاريخ مراجعة مخطط المادة الدراسية	الفصل الأول ٢٠٢١/ ٢٠٢٢

١٨. منسّق المادة

الاستاذ الدكتور مروان الزعبي

١٩. مدرسو المادة

الاستاذ الدكتور مروان الزعبي - ساعات الطلبة ح ث خ ١٢-١ .

٢٠. وصف المادة

الأسس النفسية للانتباه والإدراك ، وتعريف الاتجاهات وعلاقتها بالسلوك وتكوينها وأساليب تغييرها وأساليب قياسها وأساليب ومفهوم التنافر المعرفي ودور وسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمقروءة والمرئية في انتباه الجماعات وتشكيل اتجاهاتها وتغييرها وعلاقة ذلك بالسياسة والاقتصادية

21. أهداف تدريس المادة ونتاجات تعلمها

أ- الأهداف:

- التعرف على ميدان علم النفس في الدعاية و الإعلام.
- بناء الإطار النظري لدور علو النفس فس تشكيل الاتجاهات من خلال الدعاية و الإعلان .
- التعرف على تطبيقات و أبحاث حديثة عن دور علم النفس في بناء الوعي و طريقة الإدراك.
- بناء الوعي بخطورة الإعلام و الدعاية و تغيير الفكر و العادات و التقاليد المجتمعية.

الأهداف الخاصة

- التعرف على التأثيرات النفسية للإعلام.
- استعراض نظريات الإعلام المختلفة.
- دور الإعلام في قضية التضليل الإعلامي و في الحرب النفسية.

ب- نتاجات التعلّم: يتوقع من الطالب عند إنهاء المادة أن يكون قادراً على أن:

نتاجات تعلّم البرنامج / نتاجات تعلم المادة	نتاج ١	نتاج ٢	نتاج ٣	نتاج ٤	نتاج ٥
التعرف على مفهوم الاتصال و مكوناته في علم النفس الإعلامي و في الدعاية التجارية.	X		X		X
قادر على تحديد التأثيرات النفسية للإعلام. يمتلك المعرفة التي تمكنه من استعراض				X	

نظريات الإعلام المختلفة.					
يدرك دور الإعلام في قضية التضليل الإعلامي و في الحرب النفسية.	X	X		X	
يحدد الأساليب النفسية المستخدمة في عملية غسيل الدماغ			X	X	X

٢٢. محتوى المادة الدراسية والجدول الزمني لها

الأسبوع	الموضوع	المحاضرة	التاريخ	الموضوع	أسلوب التعليم
الأول	مقدمة	١	الأحد ٢٠٢١/١٠/١٠	مقدمة	وجاهي
		٢	الثلاثاء ٢٠٢١/١٠/١٢	مقدمة	وجاهي
		٣	الخميس	مقدمة	Microsoft Teams
الثاني	الدعاية و الإعلام و دور علم النفس	٤	الأحد ٢٠٢١/١٠/١٧	مفهوم علم النفس الإعلامي	وجاهي
		٥	الثلاثاء ٢٠٢١/١٠/١٩	أهمية الإعلام	وجاهي
		٦	الخميس	أهمية الدعاية الترويجية	Microsoft Teams
الثالث	أنواع وسائل الدعاية و الإعلام	٧	الأحد ٢٠٢١/١٠/٢٤	أنواع وسائل الدعاية و الإعلام	وجاهي
		٨	الثلاثاء ٢٠٢١/١٠/٢٦	أنواع وسائل الدعاية و الإعلام	وجاهي
		٩	الخميس	أنواع وسائل الدعاية و الإعلام	Microsoft Teams
الرابع	بنية الرسالة الإعلامية	١٠	الأحد ٢٠٢١/١٠/٣١	بنية الرسالة الإعلامية	وجاهي
		١١	الثلاثاء ٢٠٢١/١١/٢	بنية الرسالة الإعلامية	وجاهي
		١٢	الخميس ٢٠٢١/١١/٤	تسليم واجب رقم ١ (أسلوب التأثر الإعلامي	Model
الخامس	أساليب التأثير النفسية على الفرد و المجتمع	١٣	الأحد ٢٠٢١/١١/٧	الاتصال و التواصل في علم النفس الإعلامي	وجاهي
		١٤	الثلاثاء ٢٠٢١/١١/٩	الاتصال و التواصل في علم النفس الإعلامي	وجاهي
		١٥	الخميس	الاتصال و التواصل في علم النفس الإعلامي	Microsoft Teams
السادس	سيكولوجية الجمهور	١٦	الأحد ٢٠٢١/١١/١٤	اللغة و الإقناع في علم النفس الإعلامي	وجاهي
		١٧	الثلاثاء ٢٠٢١/١١/١٦	اللغة و الإقناع في علم النفس الإعلامي	وجاهي
		١٨	الخميس ٢٠٢١/١١/١٨	تسليم واجب رقم ٢ (كتابة تقرير حول إيجابيات و سلبيات اللغة المستخدمة في	Model
السابع	أساليب الترويج الدعائي و الإعلامي	١٩	الأحد ٢٠٢١/١١/٢١	أساليب الترويج الحديثة	وجاهي
		٢٠	الثلاثاء ٢٠٢١/١١/٢٣	أساليب الترويج الحديثة	وجاهي
		٢١	الخميس	أساليب الترويج الحديثة	Microsoft Teams
الثامن	امتحان المنتصف	٢٢	الأحد ٢٠٢١/١١/٢٨	----	---
		٢٣	الثلاثاء ٢٠٢١/١١/٣٠	---	---
		٢٤	الخميس ٢٠٢١/١٢/٢	امتحان المنتصف	وجاهي
التاسع	عروض تقديمية من الطلبة	٢٥	الأحد ٢٠٢١/١٢/٥	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	وجاهي
		٢٦	الثلاثاء ٢٠٢١/١٢/٧	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	وجاهي
		٢٧	الخميس ٢٠٢١/١٢/٩	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	Microsoft Teams
العاشر	عروض تقديمية من	٢٨	الأحد ٢٠٢١/١٢/١٢	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	وجاهي
		٢٩	الثلاثاء ٢٠٢١/١٢/١٤	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	وجاهي

مخطط مادة دراسية

	الطلبة	٣٠	الخميس	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	Microsoft Teams
الحادي عشر	عروض تقديمية من الطلبة	٣١	الأحد ٢٠٢١/١٢/١٩	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	وجاهي
		٣٢	الثلاثاء ٢٠٢١/١٢/٢١	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	وجاهي
		٣٣	الخميس	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني	Microsoft Teams
الثاني عشر	تطبيقات في الدعاية و الإعلان	٣٤	الأحد ٢٠٢١/١٢/٢٦	الحرب النفسية	وجاهي
		٣٥	الثلاثاء ٢٠٢١/١٢/٢٨	الحرب النفسية	وجاهي
		٣٦	الخميس	الحرب النفسية	Microsoft Teams
الثالث عشر	تطبيقات في الدعاية و الإعلان	٣٧	الأحد ٢٠٢٢/١/٢	غسيل الدماغ	وجاهي
		٣٨	الثلاثاء ٢٠٢٢/١/٤	غسيل الدماغ	وجاهي
		٣٩	الخميس ٢٠٢٢/١/٦	تسليم واجب رقم ٤ (مشاهدة فيديو على اليوتيوب عن غسيل الدماغ وكتابة تقرير عنه)	Model
الرابع عشر	تطبيقات في الدعاية و الإعلان	٤٠	الأحد ٢٠٢٢/١/٩	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف	وجاهي
		٤١	الثلاثاء ٢٠٢٢/١/١١	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف	وجاهي
		٤٢	الخميس ٢٠٢٢/١/١٣	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف	Microsoft Teams
الخامس		٤٣	الأحد ٢٠٢٢/١/١٦	مراجعة عامة	Microsoft Teams

٢٣. أساليب التقييم

يتم إثبات تحقق نتاجات التعلم المستهدفة من خلال أساليب التقييم والمتطلبات التالية:

أسلوب التقييم	العلامة	الموضوع	نتاجات التعلّم المستهدفة للمادة	الاسبوع	المنصة
امتحان المنتصف	٣٠		١+٢+٣	السابع	
الامتحان النهائي	٥٠		١+٢+٣+٤+٥	السادس عشر	
الواجبات	٢٠		٢+٣+٤+٥	التاسع	الاي ليرننغ

٢٤. متطلبات المادة

على الطالب أن يمتلك جهاز حاسوب موصول بالأنترنت، كاميرا، حساب على المنصة الإلكترونية المستخدمة.

الامتحان الأول ٣٠ علامة

أعمال الفصل ٢٠ علامة

الامتحان النهائي ٥٠ علامة

٢٥. السياسات المتبعة بالمادة

أ- سياسة الحضور والغياب

يتم تطبيق لوائح الجامعة على هذه المادة، فيما يتعلق بالحضور، والتقيد بالمواعيد، والامتحانات، والامتحانات التعويضية نظراً للغياب بإذن؛ وعقوبات الغش؛ والسياسات المتعلقة بالواجبات والمشاريع. وينبغي أن يكون الطلاب على علم بتلك اللوائح، بالإضافة إلى القوانين والأنظمة الأخرى.

ب- الغياب عن الامتحانات وتسليم الواجبات في الوقت المحدد

يتم تطبيق لوائح الجامعة على هذه المادة، فيما يتعلق بالحضور، والتقيد بالمواعيد، والامتحانات، والامتحانات التعويضية نظراً للغياب بإذن؛ وعقوبات الغش؛ والسياسات المتعلقة بالواجبات والمشاريع. وينبغي أن يكون الطلاب على علم بتلك اللوائح، بالإضافة إلى القوانين والأنظمة الأخرى.

ج- إجراءات السلامة والصحة

لا يجوز القيام بأي زيارة ميدانية أو تطبيق أي اختبار دون مراعاة المعايير الأخلاقية المتعلقة بالحصول على الموافقة وبإشلراف مدرس المادة بشكل مباشر

د- الغش والخروج عن النظام الصفي

يتم تطبيق لوائح الجامعة المعلنة على موقع الجامعة الرسمي تحت عنوان " تعليمات منح درجة البكالوريوس"

هـ- إعطاء الدرجات

و- الخدمات المتوفرة بالجامعة والتي تسهم في دراسة المادة

٢٦. المراجع

أ- الكتب المطلوبة، والقراءات والمواد السمعية والبصرية المخصصة:

المراجع العربية

- علم النفس الإعلامي (٢٠١٠). تأليف الدكتور سامي ختاتنة و الدكتور احمد ابو سعد. من منشورات دار المسيرة. عمان، الأردن.
- الإعلام و علم النفس (٢٠٠٩). تأليف الدكتور خلدون عبدالله. من منشورات دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- علم النفس الإعلامي (٢٠١٢). تأليف الدكتور فتحي حسين عامر. من منشورات دار العربي للنشر و التوزيع. القاهرة ، مصر.
- سيكولوجيا الاتصال الإعلاني (٢٠١٣). تأليف محمد حسن العامري. من منشورات دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- دراسات معاصرة في الإعلام و الدعاية (١٩٩١). تأليف ياس البياتي. من منشورات جامعة بغداد. بغداد، العراق.

المراجع الأجنبية

- The psychology of media and politic (2005). Comstock, George A. Publisher: Elsevier Academic Press. Burlington, MA.

- .Files, D. (2003). Media Psychology. Lawrence Erlbaum Associates. Inc. New jersey ب- الكتب الموصى بها، وغيرها من المواد التعليمية الورقية والإلكترونية.

٢٧. معلومات إضافية

مدرس أو منسق المادة: ---------- التوقيع: ---------- - التاريخ: ----------
مقرر لجنة الخطة/ القسم: ---------- التوقيع ----------
رئيس القسم: ---------- التوقيع----------
مقرر لجنة الخطة/ الكلية: ---------- التوقيع ----------
العميد: ---------- التوقيع----------