



EXC-01-02-02B	رقم النموذج	نموذج مخطط مادة دراسية
2/3/24/2022/2963 05/12/2022	رقم وتاريخ الإصدار	
	رقم وتاريخ المراجعة أو التعديل	
2/3/24/2023	رقم قرار اعتماد مجلس العمداء	
23/01/2023	تاريخ قرار اعتماد مجلس العمداء	
06	عدد الصفحات	

اسم المادة	1.	سيكولوجية الإعلام و الإعلان
رقم المادة	2.	2307460
الساعات المعتمدة (نظرية، عملية)	3.	3 ساعات معتمدة
الساعات الفعلية (نظرية، عملية)		3 ساعات
المتطلبات السابقة/ المتطلبات المتزامنة	4.	لا يوجد
اسم البرنامج	5.	بكالوريوس علم النفس العام
رقم البرنامج	6.	07
الكلية/ المركز	7.	الآداب
القسم الأكاديمي	8.	علم النفس
مستوى المادة	9.	بكالوريوس
العام الجامعي/ الفصل الدراسي	10.	الفصل الأول 2021 / 2022
الدرجة العلمية للبرنامج	11.	البكالوريوس
الأقسام الأخرى المشتركة في تعليم المادة	12.	لا يوجد
لغة التعلّم	13.	العربية
نوع التعلّم	14.	<input type="checkbox"/> وجاهي <input type="checkbox"/> مدمج <input type="checkbox"/> إلكتروني كامل عن بعد
المنصة الإلكترونية	15.	<input type="checkbox"/> Moodle <input type="checkbox"/> Microsoft Team
تاريخ استحداث مخطط المادة الدراسية	16.	الفصل الأول 2024/2025
تاريخ مراجعة مخطط المادة الدراسية	17.	الفصل الأول 2021 / 2022



18. منسق المادة

19. مدرسو المادة

20. 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 ونتائج تعلمها

أ- الأهداف:

- التعرف على ميدان علم النفس في الدعاية والإعلام.
- بناء الإطار النظري لدور علو النفس فس تشكيل الاتجاهات من خلال الدعاية والإعلان .
- التعرف على تطبيقات وأبحاث حديثة عن دور علم النفس في بناء الوعي وطريقة 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- نتائج التعلم: يتوقع من الطالب عند إنهاء المادة أن يكون قادراً على أن:

نتائج تعلم البرنامج	نتائج تعلم المادة	نتاج 5	نتاج 4	نتاج 3	نتاج 2	نتاج 1
التعرف على مفهوم الاتصال ومكوناته في علم النفس الإعلامي و في الدعاية التجارية.	X	X				
قادر على تحديد التأثيرات النفسية للإعلام. يمتلك المعرفة التي تمكنه من استعراض نظريات الإعلام المختلفة.		X				
يدرك دور الإعلام في قضية التضليل الإعلامي و في الحرب النفسية.		X			X	X
يحدد الأساليب النفسية المستخدمة في عملية غسل الدماغ	X	X	X	X		



--

22. نتائج التعلم للمادة: يتوقع من الطالب عند إنهاء المادة أن يكون قادراً على أن يحقق نتائج التعلم الآتية:

مستويات التعلّم المراد تحقيقها						نتائج التعلم للمادة
الاسترجاع	الفهم والاستيعاب	التطبيق	تحليل	تقييم	بناء	

23. مصفوفة ربط نتائج التعلم المستهدفة للمادة بنتائج التعلم المستهدفة للبرنامج

نتائج تعلم البرنامج	النتاج (1)	النتاج (2)	النتاج (3)	النتاج (4)	النتاج (5)	النتاج (6)	النتاج (7)	النتاج (8)	النتاج (9)	النتاج (10)
نتائج تعلم المادة										

22. محتوى المادة الدراسية والجدول الزمني لها

الأسبوع	الموضوع	المحاضرة	التاريخ	الموضوع	أسلوب



وجاهي	مقدمة	الأحد 2024/2/25	1	مقدمة	الأول
وجاهي	مقدمة	الثلاثاء 2024/2/27	2		
وجاهي	مقدمة	الخميس 2024/2/29	3		
وجاهي	مفهوم علم النفس الإعلامي	الأحد 2024/3/3	4	الدعاية و الإعلام و دور علم النفس	الثاني
وجاهي	أهمية الإعلام	الثلاثاء 2024/3/5	5		
وجاهي	أهمية الدعاية الترويجية	الخميس 2024/3/7	6		
وجاهي	ترميز الرسالة الإعلامية	الأحد 2024/3/10	7	مفاهيم علم النفس الإعلامي	الثالث
وجاهي	دور الذاكرة في الإعلام	الثلاثاء 2024/3/12	8		
وجاهي	دور الإدراك في الإعلام	الخميس 2024/3/14	9		
وجاهي	أنواع الجماهير المستهدفة	الأحد 2024/3/17	10	الجمهور المستهدف	الرابع
وجاهي	نظريات الموائمة بين الجمهور و الرسالة الإعلامية	الثلاثاء 2024/3/19	11		
E	تسليم واجب رقم 1 (قياس أسلوب التأثر الإعلامي لآحد الأفراد)	الخميس 2024/3/21	12		
وجاهي	أسلوب صياغة الرسالة الإعلامية	الأحد 2024/3/24	13	الرسالة الإعلامية	الخامس
وجاهي	نماذج للرسائل الإعلامية المؤثرة	الثلاثاء 2024/3/26	14		
وجاهي	الأساليب النفسية المستخدمة في الرسالة الإعلامية	الخميس 2024/3/28	15		
وجاهي	أنواع الوسائل الإعلامية	الأحد 2024/3/31	16	الوسيلة الإعلامية	السادس
وجاهي	وسائل الإعلام و بناء الصورة الذهنية	الثلاثاء 2024/4/2	17		
E	الصور النمطية في الإعلام	الخميس 2024/4/4	18		
وجاهي	تسليم واجب رقم 2 (اختيار فيديو إعلاني و تحليل الصور النمطية المستخدمة) (تعليق صوتي على الفيديو)	الأحد 2024/4/7	19	أساليب الترويج الدعائي و الإعلامي	السابع
وجاهي	(إجازة عيد الفطر)	الثلاثاء 2024/4/9	20		
وجاهي	(إجازة عيد الفطر)	الخميس 2024/4/11	21		
وجاهي	أساليب الترويج الحديثة	الأحد 2024/4/14	22		الثامن
وجاهي	أساليب الترويج الحديثة	الثلاثاء 2024/4/16	23		
وجاهي	أساليب الترويج الحديثة	الخميس 2024/4/18	24		
وجاهي	امتحان المنتصف (مادة الأسابيع الستة الأولى)	الأحد 2024/4/21	25	عروض تقديمية من الطلبة	التاسع
وجاهي	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني الحديثة من الطلاب (واجب رقم 3)	الثلاثاء 2024/4/23	26		
وجاهي	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني الحديثة من الطلاب (واجب رقم 3)	الخميس 2024/4/25	27		
وجاهي	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني الحديثة من الطلاب (واجب رقم 3)	الأحد 2024/4/28	28	عروض تقديمية من الطلبة	العاشر
وجاهي	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني الحديثة من الطلاب (واجب رقم 3)	الثلاثاء 2024/4/30	29		
وجاهي	أمثلة تطبيقية لأساليب الترويج الإعلاني الحديثة من الطلاب (واجب رقم 3)	الخميس 2024/5/2	30		
وجاهي	الحرب النفسية	الأحد 2024/5/5	31	تطبيقات في الإعلام والإعلان	الحادي عشر
وجاهي	الحرب النفسية	الثلاثاء 2024/5/7	32		
وجاهي	الحرب النفسية	الخميس 2024/5/9	33		
وجاهي	غسيل الدماغ	الأحد 2024/5/12	34	تطبيقات في الإعلام والإعلان	الثاني عشر
وجاهي	غسيل الدماغ	الثلاثاء 2024/5/14	35		
وجاهي	غسيل الدماغ	الخميس 2024/5/16	36		
وجاهي	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف	الأحد 2024/5/19	37	تطبيقات في الإعلام والإعلان	الثالث عشر
وجاهي	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف	الثلاثاء 2024/5/21	38		
	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف	الخميس 2024/5/23	39		
E Learning	تسليم واجب رقم 4 (اختيار مقطع فيديو يحتوي على عنف و تحليل حجم العنف و العدوان الموجود في المادة الإعلامية) (تعليق صوتي على الفيديو)	الأحد 2024/5/26	40	تطبيقات في الإعلام والإعلان	الرابع عشر
وجاهي	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف (آخر يوم تدريس)	الثلاثاء 2024/5/28	41		
وجاهي	دور وسائل الإعلام في الترويج للعنف	الخميس 2024/5/30	42		
وجاهي	مراجعة عامة	الأحد 2024/6/2	43		الخامس عشر

23. أساليب التقييم

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

المنصة	الاسبوع	نتائج التعلّم المستهدفة للمادة	الموضوع	العلامة	أسلوب التقييم
	الثامن	3+2+1		30	امتحان المنتصف
	الخامس عشر	5+4+3+2+1		50	الامتحان النهائي
الاي ليرننغ	الثاني والرابع والتاسع و الثاني عشر	5+4+3+2		20	الواجبات

24. متطلبات المادة

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

امتحان المنتصف	30 علامة
أعمال الفصل	20 علامة
الامتحان النهائي	50 علامة

25. 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 وبإشراف 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

26. المراجع

أ- الكتب المطلوبة، والقراءات والمواد السمعية والبصرية المخصصة:

المراجع العربية

- علم النفس الإعلامي (2012). تأليف الدكتور فتحي حسين عامر. من منشورات دار العربي للنشر و التوزيع. القاهرة ، مصر
- علم النفس الإعلامي (2010). تأليف الدكتور سامي ختاتنة و الدكتور احمد ابو سعد. من منشورات دار المسيرة. عمان، الأردن.
- الإعلام و علم النفس (2009). تأليف الدكتور خلدون عبدالله. من منشورات دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- سيكولوجيا الاتصال الإعلاني (2013). تأليف محمد حسن العامري. من منشورات دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- دراسات معاصرة في الإعلام و الدعاية (1991). 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.

27. معلومات إضافية

--

مدرس أو منسق المادة: ----- التوقيع: ----- التاريخ: -----

مقرر لجنة الخطة/ القسم: ----- التوقيع -----

رئيس القسم: ----- التوقيع -----

مقرر لجنة الخطة/ الكلية: ----- التوقيع -----



العميد: التوقيع