



برنام‌آزودانا

(كاربرگ طرح درس)

تاریخ به روز رسانی:

نیمسال اول/دوم سال تحصیلی ...۹۹-۱۳۹۸.

دانشکده.....بهنمر.....

نام درس		فارسی: طراحی تبلیغات		تعداد واحد: نظری ۱. عملی ۲		مقطع: کارشناسی ■ کارشناسی ارشد □ دکتری □	
		لاتین: طراحی تبلیغات		پیش نیازها و هم نیازها:			
		Advertising Design					
مدرس/مدرسین:		بیتا مصباح، سارا شادرخ		شماره تلفن اتاق:			
پست الکترونیکی:		bitamesbah@semnan.ac.ir		منزلگاه اینترنتی:			
برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: یکشنبه ۱۲-۱۰							
اهداف درس: آشنایی با انواع تبلیغات، شیوه های ایده یابی در تبلیغات							
امکانات آموزشی مورد نیاز: ویدئو پرژکتور، اینترنت							
نحوه ارزشیابی		فعالیت های کلاسی و آموزشی		ارزشیابی مستمر(کوئیز)		امتحان میان ترم	
درصد نمره		۸				۱۲	
منابع و مآخذ درس		سولیوان، لوک ، تبلیغات خلاق، مترجم: فرزاد مقدم(۱۳۹۲)، تهران: سیتته اوری، جیم، طراحی کمپین تبلیغاتی، مترجم: شاهین ترکمن (۱۳۹۵)، تهران: سیتته.					

بودجه بندی درس

شماره هفته آموزشی	مبحث	توضیحات
۱	ارائه شرح درس و آشنا سازی دانشجویان با روند آموزشی درس	
۲	خلاقیت و مفهوم آن	
۳	شیوه ایجاد طوفان مغزی	
۴	روشهای مختلف ایجاد پیام تبلیغاتی	
۵	روشهای مختلف ایجاد پیام تبلیغاتی	
۶	روشهای مختلف ایجاد پیام تبلیغاتی	
۷	تفاوت پیام تبلیغاتی و شعار تبلیغاتی	
۸	تبلیغات و برندینگ	
۹	برندینگ و ری برندینگ در عرصه تبلیغات	
۱۰	تصویر و محدودیت های آن در ایجاد پیام تبلیغاتی	
۱۱	رسانه و تبلیغات	
۱۲	انواع تبلیغات با توجه به نوع رسانه	
۱۳	کمپین تبلیغاتی چیست؟	
۱۴	الزامات ایجاد کمپین تبلیغاتی	
۱۵	کشف موضوعات غیرعادی	
۱۶	تفاوت کمپین تبلیغاتی با برندینگ	

