

**الخطة البحثية الخمسية لقسم الإعلان**  
**من العام الأكاديمي 2015/2016 وحتى العام الأكاديمي 2020/2021**

التكلفة المتوقعة (جنيه)	فترة التنفيذ	المسئول عن التنفيذ	مؤشرات النجاح	المستخرجات المستهدفة			الأهداف	مجالات الخطة البحثية	م
				الآن	التوجه	اليوم			
٢٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي	١- مناقشة الرسائل العلمية، ومنح الدرجة العلمية الماجستير والدكتوراه ٢- توافر الرسائل العلمية التي تم الخريج بمعلومات جيدة عن أحدث أشكال وتقنيات الإعلان و مجالاته.	١	—	١	١- الفنون البصرية وتاريخ الإعلان ٢- مدارس ومذاهب واتجاهات تصميم الإعلان للرواد والمعاصرين ٣- طرق وعمليات تصميم وإنتاج الإعلان في العصور المختلفة	الفنون التطبيقية القديمة والمعاصرة	١
	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	١			
	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	١			
٤٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي	١- عناصر واساسيات تصميم الإعلان ٢- آليات ودوابع الفكر الإبداعي في تصميم الإعلان ٣- التفكير البصري	١	—	١	٤- استخدامات الحاسب الآلي في تصميم الإعلان	التصميم	٢
				٢	١	٢			
				٢	٢	—			
				١	١	١			
٨٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		١- عناصر واساسيات تصميم الإعلان ٢- آليات ودوابع الفكر الإبداعي في تصميم الإعلان ٣- التفكير البصري	١	—	١	٤- استخدامات الحاسب الآلي في تصميم الإعلان	التصميم	٢
				٢	١	٢			
٥٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		١- عناصر واساسيات تصميم الإعلان ٢- آليات ودوابع الفكر الإبداعي في تصميم الإعلان ٣- التفكير البصري	١	—	١	٤- استخدامات الحاسب الآلي في تصميم الإعلان	التصميم	٢
				٢	١	٢			
٤٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		١- عناصر واساسيات تصميم الإعلان ٢- آليات ودوابع الفكر الإبداعي في تصميم الإعلان ٣- التفكير البصري	١	—	١	٤- استخدامات الحاسب الآلي في تصميم الإعلان	التصميم	٢
				٢	٢	—			
٦٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		١- عناصر واساسيات تصميم الإعلان ٢- آليات ودوابع الفكر الإبداعي في تصميم الإعلان ٣- التفكير البصري	١	—	١	٤- استخدامات الحاسب الآلي في تصميم الإعلان	التصميم	٢
				٢	١	٢			

٣٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		العاصر.	١	—	١	٥- دور التصميم في تأكيد الهوية المؤسسية ٦- الاستفادة من النظريات والعلوم الحديثة في تصميم الإعلان ٧- العلاقة التفاعلية بين الإعلان وال المجالات والعلوم الأخرى ٨- أثر البيئة على التصميم والفكر الابداعي	
٦٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٤- وجود بحوث علمية تطبيقية تمثل اضافة وتطور في مجال صناعة الإعلان وقابلة للتطبيق في سوق العمل.	١	١	١		
١٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٥- تطوير المقررات ذات الصلة بمجالات الرسائل العلمية	٢	٢	١		
٦٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٦- نشر البحث في المجالات والمؤتمرات العلمية على مستوى المنافسة والنشر العلمي الدولي.	١	١	١		
١٢٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي	٧- انتاج بحوث علمية تمثل اضافة للتخصص في مجالاته المتعددة.	٣	٢	٢	١- تكنولوجيا خامات وإنتاج الإعلان ٢- التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها في تصميم وإنتاج الإعلان	٣- التكنولوجيا
١٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٨- تمثل البحث مؤشراً لموضوعات مكملة ذات صلة ومواكبة للتطور العلمي والتكنولوجي للعصر.	٢	١	٢	٣- الاستفادة من برامج الحاسوب الآلي في تصميم وإنتاج الإعلان الحديث ٤- مستحدثات الطباعة والتغليف والاستفادة منها في تأكيد الهوية المؤسسية	
١٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي		٢	١	١	١- مراقبة الجودة في مراحل انتاج الإعلان ٢- استراتيجيات التخطيط الإعلاني ٣- تنظيم وإدارة وكالات الدعاية والإعلان	٤- إدارة الإنتاج ومراقبة الجودة
٤٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	١		
٣٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			١	١	١		
٥٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي		٢	٢	١	١- اقتصاديات تصميم الإعلان ٢- البحث الميداني ودراسة السوق ٣- التسويق الابتكاري	٥- التسويق ودراسة الجدوى
١٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	٢		
٧٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	٢		