

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

م	مجالات الخطة البحثية	الأهداف	المستخرجات عدد البحوث المستهدفة			مؤشرات النجاح	المسئول عن التنفيذ	فترة التنفيذ	التكلفة المتوقعة (جنيه)
			ماجستير	دكتوراه	نشر				
١	الفنون التطبيقية القديمة والمعاصرة	١- الفنون البصرية وتاريخ الإعلان ٢- مدارس ومذاهب واتجاهات تصميم الإعلان للرواد والمعاصرين ٣- طرق وعمليات تصميم وإنتاج الإعلان في العصور المختلفة	١	—	١	١- مناقشة الرسائل العلمية، ومنح الدرجة العلمية الماجستير والدكتوراه	القسم العلمي	٢٠١٦ - ٢٠٢٠	٢٠٠٠
			١	١	٢	٢- توافر الرسائل العلمية التي تمد الخريج بمعلومات جيدة عن أحدث أشكال وتقنيات الإعلان ومجالاته.		٢٠١٦ - ٢٠٢٠	٤٠٠٠
			١	١	٢	٣- توافر المراجع العلمية المتخصصة والدراسات المتعمقة للخريجين والمتخصصين في مجالات الإعلان		٢٠١٦ - ٢٠٢٠	٨٠٠٠
٢	التصميم	١- عناصر وإساسيات تصميم الإعلان ٢- آليات ودوافع الفكر الإبداعي في تصميم الإعلان ٣- التفكير البصري ٤- استخدامات الحاسب الآلي في تصميم الإعلان	١	—	١	١- مناقشة الرسائل العلمية، ومنح الدرجة العلمية الماجستير والدكتوراه	القسم العلمي	٢٠١٦ - ٢٠٢٠	٢٠٠٠
			٢	١	٢	٢- توافر المراجع العلمية المتخصصة والدراسات المتعمقة للخريجين والمتخصصين في مجالات الإعلان		٢٠١٦ - ٢٠٢٠	٥٠٠٠
			—	٢	٢	٣- توافر المراجع العلمية المتخصصة والدراسات المتعمقة للخريجين والمتخصصين في مجالات الإعلان		٢٠١٦ - ٢٠٢٠	٤٠٠٠
			١	١	١	٤- استخدامات الحاسب الآلي في تصميم الإعلان		٢٠١٦ - ٢٠٢٠	٦٠٠٠

				١	—	١	٥- دور التصميم في تأكيد الهوية المؤسسية		
٣٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		المعاصر.	١	١	١	٦- الاستفادة من النظريات والعلوم الحديثة في تصميم الإعلان		
٦٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٤- وجود بحوث علمية تطبيقية تمثل اضافة وتطور في مجال صناعة الإعلان وقابلة للتطبيق في سوق العمل.	٢	٢	١	٧- العلاقة التفاعلية بين الإعلان والمجالات والعلوم الأخرى		
١٠٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٥- تطوير المقررات ذات الصلة	١	١	١	٨- أثر البيئة على التصميم والفكر الابداعي		
٦٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		بمجالات الرسائل العلمية	٣	٢	٢	١- تكنولوجيا خامات وإنتاج الإعلان	٣	التكنولوجيا
١٢٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي	٦- نشر البحوث في المجالات والمؤتمرات العلمية على مستوى المنافسة والنشر العلمي الدولي.	٣	١	١	٢- التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها في تصميم وإنتاج الإعلان		
١٠٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٧- انتاج بحوث علمية تمثل إضافة للتخصص في مجالاته المتعددة.	٢	١	٢	٣- الاستفادة من برامج الحاسب الآلي في تصميم وإنتاج الإعلان الحديث		
٨٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦		٨- تمثل البحوث مؤشرا لموضوعات	٢	١	٢	٤- مستحدثات الطباعة والتغليف والاستفادة منها في تأكيد الهوية المؤسسية		
٨٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي	مكملة ذات صلة ومواكبة للتطور العلمي والتكنولوجي للعصر.	٢	١	١	١- مراقبة الجودة في مراحل انتاج الإعلان	٤	إدارة الإنتاج ومراقبة الجودة
٤٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	١	٢- استراتيجيات التخطيط الإعلاني		
٣٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			١	١	١	٣- تنظيم وإدارة وكالات الدعاية والاعلان		
٥٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦	القسم العلمي		٢	٢	١	١- اقتصاديات تصميم الإعلان	٥	التسويق ودراسة الجدوى
١٠٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	٢	٢- البحث الميداني ودراسة السوق		
٧٠٠٠	٢٠٢٠ - ٢٠١٦			٢	١	٢	٣- التسويق الابتكاري		