

وصف المقرر

الفنون والتصميم				الكلية
التصميم الجرافيكي				القسم
-	متطلب سابق	105213	الرمز	اسم المقرر
-	عملي	3	نظري	الساعات المعتمدة
a.baniirshid@jadara.edu.jo			الايميل	منسق المقرر
a.baniirshid@jadara.edu.jo			الايميلات	المدرسون
مدمج	شكل الحضور	C405 / عن بعد	المكان	وقت المحاضرة
	تاريخ التعديل	2025/10/25	تاريخ الإعداد	الفصل الدراسي
				الساعات المكتبية

وصف المقرر المختصر

يهدف المساق إلى التعريف بنظريات علم النفس المعاصرة، وردود الفعل المترتبة عليها و أثرها على التصميمات الجرافيكية المختلفة، وتعريف الطالب بمفهوم النقد الذاتي والموضوعي في العملية الإبداعية من خلال الحلول التصميمية التي تدرس منهجيات التصميم المختلفة والإتصال الجرافيكي.

اهداف المقرر

يهدف المقرر الى:

1. دراسة النواحي النفسية (السيكولوجية) للمصمم وتأثيرها على التصميمات المختلفة .
2. معرفة المفاهيم السيكولوجية للإعلانات والشعارات والتبويجرافي والأشكال فى التصميمات المختلفة.
3. التحليل والنقد الذاتي لأعمال وحلول تصميمية من الإتجاه السيكولوجي.

مخرجات التعلم CILOs (بعد اجتياز المقرر يكون الطالب قادرا على):

A. المعرفة -الفهم النظري :

a1. فهم نظريات علم النفس المعاصرة و أثرها على التصميمات الجرافيكية المختلفة.

B. المعرفة - التطبيق العملي

a2. المعرفة والتمييز بين المبادئ والمفاهيم الجوهرية للنواحي (السيكولوجية) للتصميم وأثرها في التصميم.

C. مهارات -الحل العام للمشكلات والمهارات التحليلية

- b1. التحليل النقدي لأعمال التصميم فيما يتعلق بأثر الجوانب النفسية والاجتماعية على التصميم.
- b2. استنتاج المفاهيم و الحلول التصميمية المختلفة للإعلانات والشعارات.

D. مهارات -الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والحسابات

غير مشتمل

E- الكفايات: الحكم الذاتي والمسؤولية والسياق

c1. التواصل بصورة واضحة ومنظمة لنقل المعلومات والأفكار.

طرق التعلم والتعليم

- محاضرات وجاهية نصف ذهني عن بُعد متزامن مشروع بحثي دراسة حالة
 استخدام فيديو مناقشات عن بُعد غير متزامن حل المشكلات زيارة ميدانية

طرق التقييم

- تقييم تكويني امتحان قصير اختبار مختبر واجب بيتي
 تقييم مشروع تقديم عرض امتحان المنتصف الامتحان النهائي

محتوى المقرر

أسبوع	ساعات	المخرجات	المواضيع	طرق التعلم والتعليم	طرق التقييم
1	3	a1	شرح وصف المقرر ومخرجاته وأهدافه وطرق التقييم- التعريف بمفردات المقرر- منهجية وسيكولوجية التصميم.	- المحاضرة التفاعلية - العروض التقديمية	- التغذية الراجعة
2	3	a1	مدخل إلى سيكولوجية التصميم	- محاضرة غير متزامنة "عن بُعد" - العروض التقديمية	- التغذية الراجعة إعداد التقارير
3	3	a1	سيكولوجية التصميم (الجزء الأول) (المفهوم، سيكولوجية الألوان، هرم ماسلو للاحتياجات، قانون Hick's Law، تمييز الملامح، شفرة أوكام، قانون القرب)	- المحاضرة التفاعلية - العروض التقديمية	التغذية الراجعة
4	3	b1, b2	سيكولوجية التصميم (الجزء الثاني) (الإدراك والإحساس في علم النفس، تفاعل الإنسان مع المحيط من خلال التصميم، المصمم والعميل، مصمم الجرافيك والرسالة)	- محاضرة غير متزامنة "عن بُعد" - العروض التقديمية	- التغذية الراجعة إعداد التقارير
5	3	a1, a2, c1	متطلبات التصميم (الجزء الأول) (احتياجات الإنسان الأساسية، الاتصال البصري، الدعاية والاعلان وخطط التسويق، استراتيجية التسويق، عناصر التسويق الأربعة، ترويج المبيعات، تعريف النشاط الترويجي، نموذج AIDA، نموذج التأثير المتدرج)	- المحاضرة التفاعلية - العروض التقديمية	التغذية الراجعة
6	3	a2, b1	متطلبات التصميم (الجزء الثاني) (أهمية تصميم الغلاف، أهمية تصميم الإعلان بالنسبة للمستخدم، الأساس السيكولوجي للإعلان، أهمية دراسة سلوك المستهلك)	- محاضرة غير متزامنة "عن بُعد" - العروض التقديمية	- التغذية الراجعة إعداد التقارير
فترة إجراء امتحان المنتصف					7
8	3	a1, a2	التأثير السيكولوجي للتصميم (الجزء الأول) (أخلاقيات التصميم، نظريات التصميم، سيكولوجية الأشكال في التصميم)	- المحاضرة التفاعلية - العروض التقديمية	التغذية الراجعة
9	3	a1, a2	التأثير السيكولوجي للتصميم (الجزء الثاني) (سيكولوجية الألوان في تصميم والإعلان، نظريات الألوان، تأثير وظائف التصميم السيكولوجية، معايير حساب التوازن)	- محاضرة غير متزامنة "عن بُعد" - العروض التقديمية	تقييم ومناقشة التحليل
10	3	b1, b2, c1	التحليل النفسي (الجزء الأول) (الاستجابة العاطفية، مدرسة الباهوس، سيكولوجية الشعار)	- المحاضرة التفاعلية - العروض التقديمية	التغذية الراجعة
11	3	a1, a2	تحليل تصاميم إعلانات	- محاضرة غير متزامنة "عن بُعد" استنتاج وتحليل تصاميم إعلانات	- التغذية الراجعة تقييم ومناقشة التحليل
12	3	a2, b1	التحليل النفسي (الجزء الثاني) (الخط الذي يجب استخدامه، نماذج من الشعارات القديمة والحديثة، التصميم الجرافيكي وأهدافه)	- المحاضرة التفاعلية - العروض التقديمية	التغذية الراجعة

تقييم ومناقشة التحليل	- محاضرة غير متزامنة "عن بُعد" استنتاج وتحليل تصاميم إعلانات	التحليل النفسي (الجزء الثالث) جوانب نجاح التصميم، التصميم والشركات، مجالات التصميم الجرافيكي، أهمية التصميم الجرافيكي، نصائح تصميم البوسترات	a1, b1	3	13
- التغذية الراجعة	- المحاضرة التفاعلية العروض التقديمية	تحليل تصاميم شعارات	a1,a2	3	14
مناقشة Formative	شرح نظري وامثلة – عرض PowerPoint	مراجعة		3	15
فترة الامتحان النهائي					16

المكونات	
الكتاب	نافذ المصري، عدلي عبدالهادي، (2020). سيكولوجية التصميم ومنهجيته. مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
المراجع	روبرت هيث، ترجمة محمد عثمان، 2017، سيكولوجية التأثير العاطفي في الدعاية والإعلان، يورك هاوس، شيببت ستريت، وندسور، DD1 4SL، المملكة المتحدة، مؤسسة هنداوى قاسم حسين صالح. (1999)، في سيكولوجية الفن التشكيلي، قراءات تحليلية في أعمال بعض الفنانين التشكيليين. بغداد-العراق.
موصى به للقراءة	ملفات على موقع الجامعة (jadara.edu.jo) E- Learning available on the website of Jadara University
مادة الكترونية	- أميمة معراوى. (2020)، تصميم الإعلان، منشورات الجامعة الافتراضية السورية. - محمد خضر. (2020). ادارة المنتج والعلامة التجارية. الفصل السادس. منشورات الجامعة الافتراضية السورية. - عبد المجيد محمود صباغ. 2017. بحث في تصميم الشعارات والعلامات التجارية كعنصر ابداعي في التعبير عن هوية المجتمع السعودي. مجلة العلوم الهندسية و تكنولوجيا المعلومات، العدد الثاني - المجلد الأول. - Mark Batey. (2008). Brand meaning. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
مواقع اخرى	https://pedia.svuonline.org/ https://www.youtube.com/watch?v=ExRXVzZIK3I علم نفس التصميم.. كيف تؤثر بتصاميمك على سلوك جمهورك؟ نون بوست (noonpost.com) https://www.baianat.com/ar/books/graphic-design

خطة تقييم المقرر						
المخرجات					الدرجة	طرق التقييم
a1	a2	b1	b2	c1		
10		15	5		30	الامتحان الأول (المنتصف)
-	-	-	-	-	غير مشتمل	الامتحان الثاني (إذا توفر)
10	15	10	5		40	الامتحان النهائي
					30	اعمال الفصل
		5	5			الوظائف والواجبات
		5	5			حالات للدراسة (تحليل)
				5		المناقشة والتفاعل
					-	أنشطة جماعية
					-	امتحانات مختبرات ووظائف
				5		عروض تقديمية
					-	امتحانات قصيرة
20	15	35	20	10	100	المجموع

الإنتحال

الإنتحال أو السرقة الأدبية هو ان يأخذ شخص ما عملاً لشخص آخر ويدعي انه عمله. يوجد في الجامعة سياسة صارمة بشأن الإنتحال ، وإذا تم اكتشاف الإنتحال بالفعل، سيتم تطبيق هذه السياسة. العقوبات تنطبق أيضاً على أي شخص يساعد شخصاً آخر على ارتكاب الإنتحال (على سبيل المثال عن طريق السماح لشخص ما بنسخ التعليمات البرمجية الخاصة بك عن علم).
يختلف الإنتحال عن العمل الجماعي حيث يشارك عدد من الأفراد الأفكار حول كيفية تنفيذ المقررات الدراسية. نشجعك بشدة على العمل في مجموعات، وبالتأكيد لن تتم معاقبتك على ذلك. هذا يعني أنه يمكنك العمل معاً في عمل مشروع أو انجاز وظيفة. المهم هو أن يكون لديك فهم كامل لجميع جوانب البرنامج المكمل. من أجل السماح بالتقييم الصحيح يجب عليك الالتزام بدقة بمتطلبات عمل المشروع أو الوظيفة كما هو موضح أعلاه ومفصل. هذه المتطلبات موجودة لتشجيع العمل الجماعي، والفهم الفردي، وتسهيل التقييم الفردي، ومنع الانتحال.