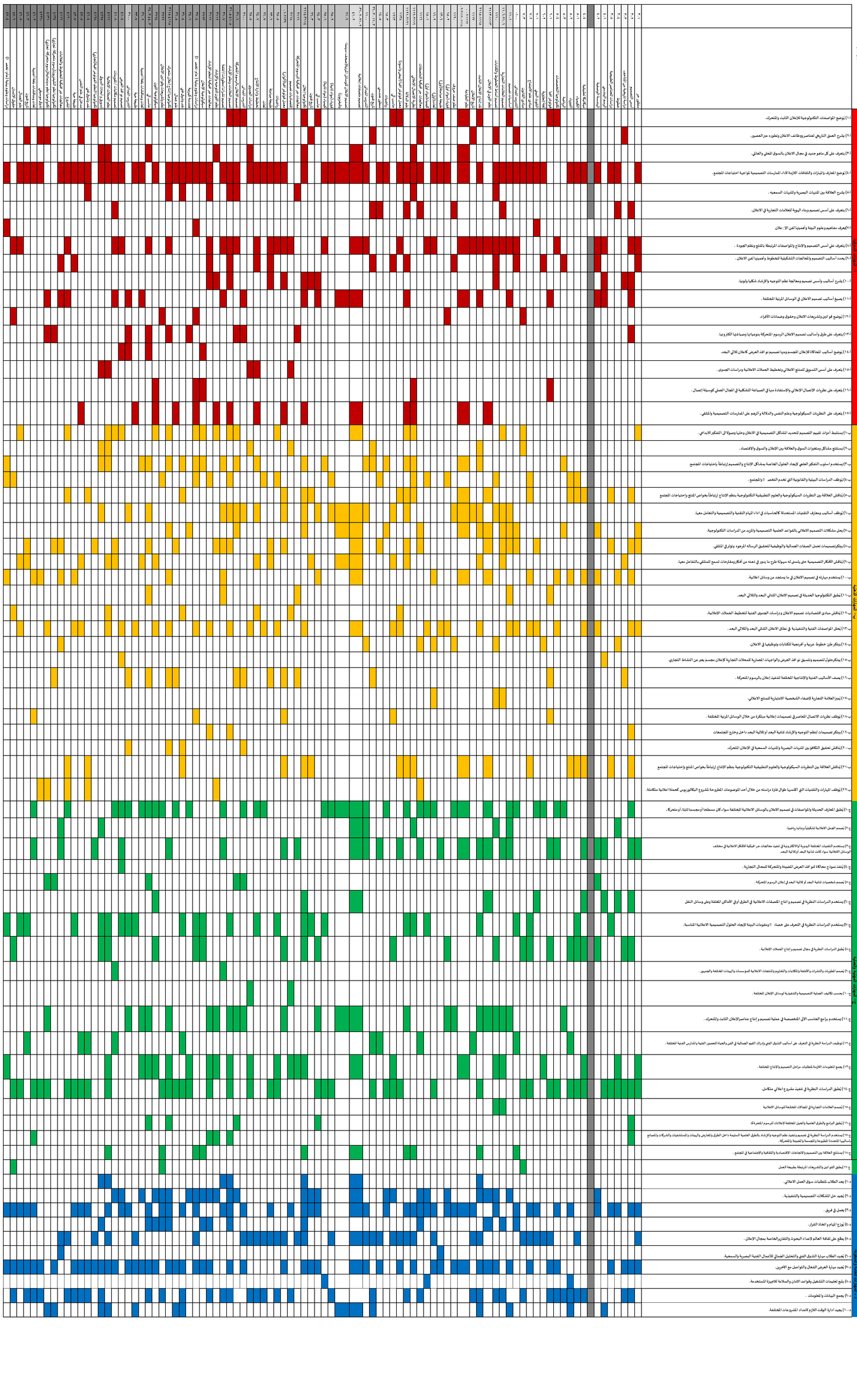
أ- المهارات المعرفية
ب- المهارات الذهنية
ج- المهارات الحركية
د- المهارات العامة
أ-١) يُوضح المواصفات التكنولوجية للإعلان الثابت والمتحرك.
أ-٢) يشرح العمق التاريخي لعناصر ووظائف الاعلان وتطوره عبر العصور.
أ-٣) يتعرف على كل ماهو جديد في مجال الاعلان بالسوق المحلي والعالمي.
أ-٤) يوضح المعارف والمهارات والثقافات اللازمة لأداء الممارسات التصميمية لمواجهة احتياجات المجتمع.
أ-٥) يشرح العلاقة بين المثيرات البصرية والمثيرات السمعيه .
أ-٦) يتعرف على أسس تصميم وبناء الهوية للعلامات التجارية في الاعلان.
أ-٧)يعرف مفاهيم وعلوم البيئة وأهميتها لمن الإ ٍعلان
أ-٨) يتعرف على أسس التصميم والانتاج والمواصفات المرتبطة بالمنتج ونظم الجودة .
أ-٩) يحدد أساليب التصميم ولمعالجات التشكيلية للخطوط وأهميتها لمن الاعلان .
أ-١٠) يشرح أساليب وأسس تصميم ومعالجة نظم التوجيه والإرشاد شكليا ولونيا.
أ-١١) يصنع أساليب تصميم الاعلان في الوسائل المرئية المختلفة .
أ-١٢) يتوضح قو انين وتشريعات الاعلان وحقوق وضمانات الأفراد.
أ-١٣) يتعرف على طرق وأساليب تصميم الاعلان الرسوم المتحركة بتونيماتيا وسيناريو الكترونيا.
أ-١٤) يتوضح أساليب المحاكاة للإعلان المجسم وميا تصميم دو الد العرض كاعلان ثلاثي البعد.
أ-١٥) يتعرف على أسس التسويق للمنتج الاعلاني وتخطيط الحملات الاعلانية ودراسات الجدوى .
أ-١٦) يتعرف على نظريات الاتصال الاعلاني والاستفادة منها في الصياغة المشكلية في المجال العملي كوسيلة إتصال .
أ-١٧) يتعرف على النظريات السيكولوجية وعلم النفس والدلالة وأثرهم على الممارسات التصميمية والمتلقي .
ب-١) يستنبط أدوات تقييم التصميم لتحديد المشاكل التصميمية في الاعلان وحلها وصولاالى التفكير الابداعي .
ب-٢) يستنتج مشاكل ومتغيرات السوق والعلاقة بين الإعلان والسوق والاقتصاد .
ب-٣) يستخدم اسلوب التفكير العلمي لإيجاد الحلول الخاصة بمشاكل الإنتاج والتصميم إرتباطاً باحتياجات المجتمع
ب-٤) يوظف الدراسات البيئية والقانونية التي تخدم النخصه ٍ والمجتمع .
ب-٥) يناقش العلاقة بين النظريات السيكولوجية والعلوم التطبيقية التكنولوجية بنظم الانتاج إرتباطاً بخواص المنتج واحتياجات المجتمع
ب-٦) يوظف أساليب ومعارف التقنيات المستحدثة كالحاسبات في اداء المهام التقنية والتصميمية والتعامل معها.
ب-٧) يحلل مشكلات التصميم الاعلاني بالقواعد العلمية التصميمية والمزيد من الدراسات التكنولوجية.
ب-٨) يبتكرتصميمات تحمل الصفات الجمالية والوظيفية لتحقيق الرساله المرجوه وتؤثر في المتلقي.
ب-٩) يناقش الأفكار التصميمية حتى يتسنى له بسولة طرح ما يدور في ذهنه من أفكارومقترحات تسمح للمتلقي بالتفاعل معها.
ب-١٠) يستخدم مبتكرة في تصميم الاعلان في ما يستجد من وسائل اعلانية.
ب-١١) يطبق التكنولوجيا الحديثة في تصميم الاعلان الثنائي البعد والثلاثي البعد.
ب-١٢) يناقش مبادئ اقتصاديات تصميم الاعلان ودراسات الجدوى الفنية لتخطيط الحملات الاعلانية.
ب-١٣) يحلل المواصفات الفنية والتنفيذية في تخلق الاعلان الثنائي البعد والثلاثي البعد .
ب-١٤) يبتكر طرز خطوط عربية و افرنجية للكتابات ووظيفيا في الاعلان.
ب-١٥) يبتكرحلول للتصميم وللسيق دو الد العرض والواجهات المعمارية للمحلات التجارية كاعلان مجسم يعبر عن النشاط التجاري.
ب-١٦) يصف الاساليب الفنية والانتاجية المختلفة لتنفيذ إعلان بالرسوم المتحركة .
ب-١٧) يميز العلامة التجارية لاضفاء الشخصية الاعتبارية للمنتج الاعلاني
ب-١٨) يوظف نظريات الاتصال المعاصرفي تصميمات اعلانية مبتكرة من خلال الوسائل المرئية المختلفة .
ب-١٩) يبتكر تصميمات لنظم التوجيه والإرشاد ثنائية البعد أوثلاثية البعد داخل وخارج المجتمعات
ب-٢٠) يناقش لتحقيق التكافؤ بين المثيرات البصرية والمثيرات السمعية في الإعلان المتحرك.
ب-٢١) يناقش العلاقة بين النظريات السيكولوجية والعلوم التطبيقية التكنولوجية بنظم الانتاج إرتباطاً بخواص المنتج واحتياجات المجتمع
ب-٢٢) يوظف الزيارات والتقنيات التي اكتسبها طوال فترة دراسته من خلال أحد الموضوعات المطروحة لمشروع البكالوريوس كحملة اعلانية متكاملة.
ج-١) يُطبق المعارف الحديثة والمواصفات في تصميم الاعلان بالوسائل الاعلانية المختلفة سواء كان مسطحا أومجسما ثلاثيا أومتحركا.
ج-٢) يصمم الجمل الاعلانية لشكلياً وبنائياً ولغوياً.
ج-٣) يستخدم التقنيات المختلفة المرئية أوالالكترونية في تنفيذ معالجات جر افيكية للأفكار الاعلانية في مختلف الوسائل الاعلانية سواء كانت ثنائية البعد أوثلاثية البعد
ج-٤) ينفذ نموذج محاكاة لدو الد العرض المجسمة والمتحركة للمحال التجارية .
ج-٥) يصمم شخصيات ثنائية البعد أو ثلاثية البعد في إعلان الرسوم المتحركة.
ج-٦) يستخدم الدراسات النظرية في تصميم وانتاج المصصات الاعلانية في الطرق أوفي الأماكن المختلفة وعلى وسائل النقل
ج-٧) يستخدم الدراسات النظرية في التعرف على خصائ ٍ ومفهومات البيئة لإيجاد الحلول التصميمية الاعلانية المناسبة.
ج-٨) يطبق الدراسات النظرية في مجال تصميم و انتاج الحملات الاعلانية .
ج-٩) يصمم المطويات والنشرات والقائمة وتكاليات والتقاويم والمنتجات الاعلانية للمؤسسات والبيئات المختلفة والجمهور .
ج-١٠) يحسب تكاليف العملية التصميمية والتنفيذية لوسائل الاعلان المختلفة .
ج-١١) يستخدم برامج الحاسب الآلي المتخصصة في عملية تصميم و انتاج عناصرالاعلان الثابت والمتحرك .
ج-١٢) يتوظيف الدراسة النظرية في التعرف على أساليب التذوق الفني وإدراك القيم الجمالية في الفن والحياة المعاصرة الفنية والمدارس الفنية المختلفة .
ج-١٣) يجمع المعلومات اللازمة لمتطلبات مراحل التصميم والانتاج للمختلفة .
ج-١٤) يُطبق الدراسات النظرية في تنفيذ مشروع اعلاني متكامل.
ج-١٥) يُصمم العلامات التجارية في المجالات المختلفة للوسائل الاعلانية
ج-١٦) يُحلل الرامج والطرق العلمية والحيل المختلفة لإعلانات للرسوم المتحركة.
ج-١٧) يستخدم الدراسة النظرية في تصميم وتنفيذ نظم التوجيه والإرشاد بالطرق العلمية السليمة داخل الطرق والمعارض والبيئات والمستشفيات والشركات والمصانع بأساليب التعددية المطبوعة والمجسمة والضوئية والمتحركة.
ج-١٨) يستنتج العلاقة بين التصميم والاتجاهات الاقتصادية والثقافية والإجتماعية في المجتمع .
ج-١٩) يُطبق القو انين والتشريعات المرتبطة بطبيعة العمل
د-١) يعد الطلاب لمتطلبات سوق العمل الاعلاني.
د-٢) يجيد حل المشكلات التصميمية والتنفيذية .
د-٣) يعمل في فريق .
د-٤) يوزع المهام و الخاذ القرار.
د-٥) يطلع على ثقافة العالم لاعداد البحوث والتقارير الخاصة بمجال الاعلان .
د-٦) يجيد الطلاب مهارة التذوق الفني والتحليل الجمالي للأعمال الفنية البصرية والسمعية.
د-٧) يجيد مهارة العرض الفعال والتواصل مع الاخرين.
د-٨) يتبع تعليمات التشغيل وقواعد الامان والسلامة للاجهزة المستخدمة.
د-٩) يجمع البيانات والمعلومات .
د-١٠) يجيد ادارة الوقت اللازم لاعداد المشروعات المختلفة.