



توصيف البرامج و

المقررات



توصيف برنامج

العلاقات العامة

والاعلان

برنامج العلاقات العامة والإعلان

الجامعة :القاهرة

الكلية :الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

(أ) معلومات أساسية

١. اسم البرنامج : برنامج العلاقات العامة والإعلان
٢. طبيعة البرنامج : أحادي
٣. المسئول عن البرنامج: قسم العلاقات العامة والإعلان
- ٤.المقيم الداخلي: أ.د/ أحمد خطاب الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
٥. المراجع الخارجي أ.د. السيد بهنسي الأستاذ بكلية الآداب جامعة عين شمس.
- ٦.أخر تاريخ للتصديق علي مواصفات البرنامج: (مجلس القسم)
(مجلس الكلية)
- ٧- تاريخ إقرار لائحة الكلية : قرار وزاري رقم ٤٥٥ بتاريخ ٨ / ٣ / ٢٠٠٧

(ب) معلومات متخصصة:

أولاً: أهداف البرنامج :

- بنهاية هذا البرنامج يكون خريج قسم العلاقات العامة والإعلان قادرًا على أن:
- ١- يفسر طبيعة عمل العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها والأسس العلمية لممارستها، وربط ذلك بالممارسات الفعلية في المجتمع المصري والعالمى.
 - ٢- يعبر عن طبيعة الإعلان ومجالاته المختلفة والعوامل المؤثرة فيه ودوره في المجتمع ،ويميز بينه وبين المفاهيم الأخرى في مجال الاتصالات الترويجية.
 - ٣- يتعرف على طبيعة الرأي العام ،ويستدل على كيفية تكوينه تجاه القضايا المختلفة في المجتمع.
 - ٤- يكتسب الفنون الاتصالية، والمهارات التكنولوجية اللازمة لممارسة العلاقات العامة على المستوى المحلى والإقليمى والدولى.
 - ٥- يحدد الجماهير المستهدفة من أى نشاط إتصالي مع إختلاف المواقف المختلفة، ويحلل آرائها

- ٦- يبتكر فى إعداد برامج وحملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية والإعلامية فى المجالات المختلفة سواء السياسية أو الاجتماعية أو غيرها، مع مراعاة الأخلاقيات المهنية فى مجالى العلاقات العامة والإعلان.
- ٧- يطبق أسس الاتصال المؤسسى الفعال داخل وخارج المنظمات .
- ٨- يلم بأسس واستراتيجيات إدارة إتصالات الأزمات والقضايا المحلية والإقليمية والدولية.

ثانياً: المخرجات التعليمية المستهدفة من البرنامج:

بنهاية البرنامج يصبح الخريج قادراً على أن:

أ. المعرفة والفهم :

إلى جانب المعارف العامة والفهم التى يجب أن يكتسبها خريج كلية الإعلام يجب أن يكون خريج برنامج العلاقات العامة والإعلان قادراً على أن:

- ١/أ- يحدد المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة، وبالعلاقات العامة الدولية وبالعلاقات العامة الإلكترونية، وبالإعلان، وبالإعلان الرقمة، وبالإعلان الدولي .
- ٢/أ- يصف مفهوم الإعلام الدولي ومراحل تطوره ونظرياته.
- ٣/أ- يحدد خطوات إعداد حملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية.
- ٤/أ- يدرك التأثيرات المختلفة للحملات الإعلامية والإعلانية التى يتم إعدادها.
- ٥/أ- يتعرف على العناصر التى تحتوى عليها برامج العلاقات العامة والإعلان والتسويق الاجتماعى.
- ٦/أ- يتعرف على التطورات الراهنة والمستقبلية فى مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان.
- ٧/أ- يشير إلى العوامل المؤثرة على طبيعة عمل العلاقات العامة وعلى سوق الإعلان وكذلك العوامل المؤثرة فى الإعلان الدولي.
- ٨/أ- يلخص المهارات الاتصالية اللازمة للمشتغلين بالعلاقات العامة أو الإعلان لتحقيق الإقناع والتأثير.
- ٩/أ- يدرك مفهوم الاتصالات التنظيمية والتسويقية وإدارة الأزمات والرأى العام والاتصال الدولي.
- ١٠/أ- يتعرف على اللوائح، والقوانين، والمعايير الأخلاقية التى تنظم حملات التسويق الاجتماعى والتجاري عبر الوسائل التقليدية والرقمية.
- ١١/أ- يتعرف على خطوات إجراء بحث كمى أو كيفى فى أحد مجالات العلاقات العامة والإعلان أو الرأى العام أو الإعلام الدولي.
- ١٢/أ- يتعرف على أخلاقيات مهنة العلاقات العامة والإعلان والتعامل مع الرأى العام.
- ١٣/أ- يصف المتغيرات المحيطة بقضايا الإعلام الدولي المثارة على الساحة.

- أ/١٤ - يحدد قواعد الإعداد للمناسبات المختلفة والأساليب التنفيذية لها.
- أ/١٥ - يلخص الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الدولية، وكذلك الاستراتيجيات الإبداعية الإعلانية.
- أ/١٦ - يذكر الأسس والقواعد العلمية لكتابة مطبوعات العلاقات العامة والمواد الإعلانية.
- أ/١٧ - يتعرف على طرق وأصول الترجمة الإعلامية والمصطلحات الإعلامية باللغة الأجنبية.
- أ/١٨ - يحدد أدوات التحليل الإحصائي والمقاييس الإحصائية وطرق حسابها.
- أ/١٩ - يذكر أساليب الدعاية الانتخابية والفرق بينها وبين الدعاية السياسية.
- أ/٢٠ - يحدد المفاهيم المختلفة للتغيير الاجتماعي وأنواعه ومراحله.
- أ/٢١ - يتعرف على نشأة وخصائص وسائل الإعلام المختلفة ووظائفها.
- أ/٢٢ - يتعرف على المقومات الفنية والتاريخية والجغرافية والعلمية والسياحية والاقتصادية والقانونية وعلاقتها بالإعلام.
- أ/٢٣ - يحدد الاستراتيجيات الاتصالية اللازمة لبناء (هوية - صورة - سمعة) وبرامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الربحية وغير الربحية وإدارة الخلافات والصراعات المؤسسية والاتصالات لمجموعات المصالح.

ب) المهارات الذهنية:

- إلى جانب المهارات الذهنية لخريج كلية الإعلام يجب أن يكون خريج برنامج العلاقات العامة والإعلان قادراً على أن:
- ب/١ / ينقد ممارسات العلاقات العامة والإعلان في الوسائل التقليدية والرقمية في ضوء اعتبارات قواعد وأخلاقيات المهنة.
- ب/٢ / يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير العلاقات العامة والإعلان.
- ب/٣ / يخطط لإجراء بحوث العلاقات العامة والإعلان والتسويق والرأي العام .
- ب/٤ / يخطط البرامج الاتصالية للعلاقات العامة والحملات الإعلامية والإعلانية .
- ب/٥ / يحلل الأحداث الجارية المرتبطة بقضايا الإعلام والاتصال والرأي العام على المستويات المحلية، والإقليمية والدولية.
- ب/٦ / يقترح حملات وبرامج علاقات عامة وإعلان مبتكرة ومؤثرة وفعالة من خلال التمييز بين أنواع الاستراتيجيات الإبداعية في حملات الإعلان المحلي والدولي والعلاقات العامة على المستوى القومي والدولي والتسويق الاجتماعي.
- ب/٧ / يقيم الآراء والاتجاهات المرتبطة بفاعلية برامج العلاقات العامة والإعلان .
- ب/٨ / يحلل المتغيرات الخاصة بالتأثيرات المختلفة لبرامج العلاقات العامة والإعلان.

ب/٩/ يفرق بين مفهوم الأزمة والقضية وأنواع الأزمات والاستراتيجيات الإتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة.

ب/١٠/ يحلل العوامل المؤثرة على إقناع الأطراف المجتمعية (الجمهور الخارجي - الداخلي - وسائل الإعلام) في مجال الرأي العام والعلاقات العامة والإعلان والاتصال الشخصي والتسويق الاجتماعي والدعاية والإعلام الدولي.

ب/١١/ يفسر تطور نظريات الإعلام والنظريات الخاصة بتكوين الصور الذهنية عن المؤسسات والأفراد.

ب/١٢/ يميز بين المصطلحات الإعلامية والصحيح والخاطئ في نصوص الترجمة الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان وفي الأساليب اللغوية باللغة العربية واللغات الأجنبية.

ب/١٣/ يحلل البيانات اللازمة لوضع خطة لمراسم حدث معين (كالمؤتمرات - الندوات).

ب/١٤/ يحلل أهم الأساليب التي تعتمد عليها الدعاية الانتخابية كالرموز والشعارات وغيرها.

ب/١٥/ يفسر البيانات الأساسية الخاصة بالأرقام والإحصائيات.

ب/١٦/ يناقش دور الإعلام في المجتمع المدني في أحداث تغيير في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية على المستوى المحلي والدولي.

ب/١٧/ يستنتج دور مراكز المعلومات في العالم الحديث وعناصر البيئة الجديدة لعمل وسائل الإعلام في المجتمع الشبكي.

ب/١٨/ يستنتج أسباب تطور وسائل الاتصال المختلفة في مصر والعالم خاصة وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاته المختلفة.

ج) المهارات المهنية:

إلى جانب المهارات المهنية العامة التي يجب أن يكتسبها خريج كلية الإعلام يجب أن يكون خريج العلاقات العامة والإعلان قادراً على أن:

ج/١/ ينفذ بحثاً علمياً حول مشكلة من مشكلات العلاقات العامة أو الإعلان أو الرأي العام أو الإعلام الدولي من خلال جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة .

ج/٢/ يحرر رسائل إعلامية وإعلانية في إطار تصميم حملات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام والتسويق الاجتماعي في الوسائل التقليدية والرقمية.

ج/٣/ يصمم الوسائل الإتصالية في العلاقات العامة كالكتيبات والمطويات والرسائل الإعلانية في إطار حملات العلاقات العامة والحملات الإعلامية والإعلانية وتلك الموجهة للتأثير في الرأي العام.

- ج/٤/ بعد استقصاء أو استطلاع لقياس الرأي العام حول القضايا المحلية أو الدولية، ولقياس فعالية الحملات في مجالات العلاقات العامة والإعلان والتسويق الاجتماعي والسياسي.
- ج/٥/ ينتج برامج اتصالية أو إعلانية لإدارة الصورة الذهنية واتصالات إدارة القضايا والأزمات والحملات الإعلامية والإعلانية.
- ج/٦/ يطبق مبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة والإعلان وحرية التعبير عند ممارسة المهنة والتعامل مع الرأي العام.
- ج/٧/ يبتكر العروض التقديمية الخاصة بمهارات الاتصال اللفظي وغير اللفظي في الحملات الإعلامية والتسويقية والاتصال المؤسسي اللازمة لإقناع الجماهير المستهدفة والاتصال السياسي.
- ج/٨/ يقرر الإستراتيجيات الاتصالية لإدارة القضايا المؤسسية، والقومية والعالمية
- ج/٩/ يترجم نصوص إعلامية متخصصة في مجالات العلاقات العامة والإعلان والتسويق والرأي العام من اللغة الإنجليزية الى العربية والعكس.
- ج/١٠/ يصمم الهياكل التنظيمية المختلفة لإدارة العلاقات العامة والإعلان في المؤسسات المختلفة والوكالات الإعلانية.
- ج/١١/ يكتسب مهارة العرض التحليلي للبيانات الإحصائية والرسوم البيانية في مجالات العلاقات العامة والإعلان.
- ج/١٢/ يوظف النماذج الثقافية في تحليل مضمون حملات العلاقات العامة والإعلان على المستوى الدولي.
- ج/١٣/ يستخدم التكنولوجيا الرقمية في توثيق أحداث وفعاليات برامج العلاقات العامة والإعلان.
- ج/١٤/ يقيم المراسم المطبقة في حدث ما مع القواعد الدولية.
- ج/١٥/ يصمم فروض الدراسة ومقارنتها بفروض النظرية المختلفة في المجالات الإعلامية المختلفة.
- ج/١٦/ يطبق أنماط التفكير الحديثة المختلفة لتقييم أي قضية إعلامية على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

د) المهارات العامة:

- إلى جانب المهارات المهنية العامة التي يجب أن يكتسبها خريج كلية الإعلام يجب أن يكون خريج العلاقات العامة والإعلان قادراً على أن:
- د/١ يتعامل مع الحاسب الإلكتروني وبرامجه المختلفة التي تساعد على كتابة تقرير أو تصميم إعلان أو مطبوع.
- د/٢ يستخدم شبكة الإنترنت لإنجاز المهام المختلفة في مجال التخصص.

- د/٣ يستخدم البرامج الإحصائية في معالجة البيانات والمعلومات الخاصة بالبحوث العلمية.
- د/٤ يعمل في فريق وبأسلوب جماعي
- د/٥ يترجم من وإلى لغات أخرى
- د/٦ يحل المشكلات وبأسلوب علمي وواقعي.
- د/٧ يعرض محاضرة أو تقريراً أو مذكرة عن أنشطة وجهود العلاقات العامة أو الأنشطة التسويقية.
- د/٨ يدير الوقت بكفاءة لإنجاز المهام المطلوبة في الموعد المحدد.
- د/٩ يقدم أفكاراً جديدة وحلول مبتكرة وإبداعية.
- د/١٠ يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ويوظفها بكفاءة ومهنية.
- د/١١ التفكير بشكل نقدي.

ثالثاً: المعايير الأكاديمية لبرنامج العلاقات العامة والإعلان
تبنت الكلية المعايير الأكاديمية المرجعية ARS وذلك في مجلس الكلية يوليو

٢٠٢١

٤/ المعايير الأكاديمية المرجعية لخريج كلية الإعلام:

١- المواصفات العامة لخريج الكلية

يجب أن يكون الخريج قادراً على:

- ١-١ إجابة فنون الاتصال (اللفظي و الكتابي) ومهاراته وأسسه.
- ٢-١ امتلاك مهارات التفكير النقدي والابتكاري والإبداعي في عمله الإعلامي.
- ٣-١ استخدام التكنولوجيا الملائمة لعمله الإعلامي والتعامل بكفاءة مع متطلبات التحول الرقمي.
- ٤-١ الإلمام بالمهارات المعرفية والذهنية والتطبيقية والعملية والتقنية الخاصة بالإعلام لمواكبة احتياجات سوق العمل المتغيرة والقدرة على المنافسة محلياً وإقليمياً ودولياً.
- ٥-١ إجادة لغته الأم ولغة أجنبية واحدة على الأقل كتابةً ونطقاً.
- ٦-١ تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الإعلام بوسائله التقليدية والرقمية في عمله المهني.
- ٧-١ تنمية الحس الوطني بقضايا مجتمعه واستيعاب علاقته بالقضايا الدولية.
- ٨-١ إجادة مهارات البحث وجمع المعلومات و تحليلها بالوسائل التقليدية والإنترنت والقدرة على استنباط النتائج وتفسيرها واستخدامها في عمله الإعلامي.

٩-١ امتلاك مهارات تقديم الذات والعرض الجيد والتعبير عن آرائه باستقلالية وموضوعية وإدارة الحوار والتواصل الكفاء.

١٠-١ العمل بروح الفريق والقدرة على حل المشكلات وإدارة الوقت بمهارة أثناء عمله.

٢- المعارف والمفاهيم:

يجب أن يكون الخريج قد اكتسب المعارف وقادراً على فهم:

- ١-٢ التطور التاريخي والتكنولوجي لعلوم الاتصال والإعلام ونظرياته.
- ٢-٢ المفاهيم الأساسية في عدد من العلوم الاجتماعية الإنسانية المؤثرة في فهمه للأحداث والقضايا ومعالجته لها في مختلف وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.
- ٣-٢ أسس صناعة المحتوى الإعلامي لمختلف الوسائل التقليدية والرقمية.
- ٤-٢ المتغيرات المتصلة ببيئة العمل في وسائل الإعلام (التقليدية والرقمية) اقتصادياً وإدارياً ومهنياً محلياً وإقليمياً ودولياً.
- ٥-٢ المبادئ والمعايير المهنية والأخلاقية المنظمة لحرية التعبير وحق الاختلاف التي تحكم عمل المؤسسات الإعلامية.
- ٦-٢ المبادئ والعوامل الحاكمة لعملية تكوين الصور الذهنية للدول والشعوب والمؤسسات التجارية وغير الهادفة للربح.
- ٧-٢ التعددية في المجتمع العالمي وقبول الآخر وحقوق الإنسان والالتزام بها في عمله الإعلامي المهني.

٣- المهارات الذهنية:

يجب أن يكون الخريج قادراً على:

- ١-٣ اختيار أفكار إعلامية جديدة ومبتكرة والتخطيط للإنتاج الإعلامي وللحملات الإعلامية.
- ٢-٣ التخطيط للمعالجة الإعلامية لقضايا مجتمعه بأساليب مبتكرة ومتنوعة في وسائل الإعلام المحلي و القومي والدولي.
- ٣-٣ تحليل الأحداث الجارية وربطها ببعض في إطار تفاعلها مع القضايا المحلية والإقليمية والدولية.
- ٤-٣ تصميم الأدوات البحثية اللازمة لجمع البيانات والمعلومات في مختلف مجالات الإعلام.
- ٥-٣ تحليل العوامل المؤثرة في الأداء المهني الإعلامي.
- ٦-٣ تحليل المفاهيم الأساسية الخاصة بالأرقام والإحصاءات لاتخاذ قرارات استخدامها في عمله الإعلامي.
- ٧-٣ توظيف المستحدثات التكنولوجية وشبكة الانترنت وتقنية الذكاء الاصطناعي لتطوير عمله الإعلامي والمحتوى الذي يقدمه.
- ٨-٣ توظيف نظريات الإعلام والنماذج العلمية في بحوث تطوير الإعلام.
- ٩-٣ نقد وتقييم الممارسات الإعلامية في الوسائل التقليدية والرقمية في ضوء المعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الإعلام.

٤- المهارات المهنية:

يجب أن يكون الخريج مكتسباً المهارات المهنية التالية:

- ٤-١ الكتابة السليمة والواضحة للرسائل الإعلامية في الوسائل التقليدية والرقمية باستخدام القوالب والأساليب الملائمة.
- ٤-٢ إجادة المهارات الاتصالية المختلفة لتحقيق أداء إعلامي فعال بما يتواءم مع متطلبات المنافسة في سوق العمل محلياً وإقليمياً ودولياً.
- ٤-٣ إتقان عمليات الإنتاج الإعلامي التقليدي والرقمي واستخدام أدواته بكفاءة.
- ٤-٤ تطبيق مبادئ حرية الرأي والتعبير وحقوق الملكية الفكرية ومعايير الأمن السيبراني.
- ٤-٥ التعامل مع البيانات الضخمة والبرامج والتطبيقات الإلكترونية الخاصة بصناعة وإنتاج المحتوى الإعلامي في الوسائل التقليدية والرقمية.
- ٤-٦ تنفيذ الحملات الإعلامية في الوسائل التقليدية والرقمية وابتكار أساليب وأشكال جديدة لذلك.
- ٤-٧ إجراء البحوث واستطلاعات الرأي العام والقدرة على تحليلها وتحليل الجمهور باستخدام البرامج الإحصائية المتطورة.
- ٤-٨ استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة والمتطورة والتعامل معها بكفاءة ومهنية للاستفادة من تقنية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في مجال الإعلام.

٥- المهارات العامة والقابلة للنقل:

يجب أن يكون الخريج مكتسباً المهارات العامة التالية:

- ٥-١ التعامل بكفاءة مع الحاسب الإلكتروني وبرامجه المختلفة.
- ٥-٢ استخدام شبكة الانترنت والتعامل مع مختلف التطبيقات الإلكترونية الحديثة.
- ٥-٣ استخدام البرامج الإحصائية في معالجة البيانات.
- ٥-٤ العمل في فريق وبأسلوب جماعي.
- ٥-٥ العمل تحت ضغط.
- ٥-٦ الترجمة من وإلى اللغات الأخرى.
- ٥-٧ حل المشكلات بأسلوب عملي وواقعي.
- ٥-٨ القدرة على تقديم العروض بطريقة إقناعية وفعالة.
- ٥-٩ القدرة على إدارة الوقت.
- ٥-١٠ تقديم أفكار جديدة و حلول مبتكرة وإبداعية.
- ٥-١١ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها بكفاءة ومهنية في عملية.

برنامج العلاقات العامة والإعلان:

١- المعرفة والفهم:

إلى جانب المعارف العامة والفهم التي يكتسبها خريج كلية الإعلام يجب أن يكتسب خريج برنامج العلاقات العامة ما يلي أن:

- ١-١ يحدد المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان والرأي العام والإعلام الدولي.
- ٢-١ يصف التغيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المحلية والإقليمية والدولية التي تؤثر على عمل المنظمات والشركات ووكالات الإعلان والعلاقات العامة.
- ٣-١ يذكر العوامل المؤثرة على طبيعة عمل العلاقات العامة والإعلان في الوسائل التقليدية والرقمية محلياً وقومياً ودولياً.
- ٤-١ يصف التطورات الراهنة في أنشطة وأدوات العلاقات العامة والتسويق.
- ٥-١ يذكر المفاهيم الخاصة بالاتصالات التنظيمية والتسويقية وإدارة الأزمات والحملات الإعلانية والعلاقات العامة.
- ٦-١ يذكر المهارات الاتصالية اللازمة للمشتغلين بالعلاقات العامة والإعلان لتحقيق الإقناع والتأثير.
- ٧-١ يحدد أسس تطبيق مبادئ العلاقات العامة والإعلان ويميز بينهما على مستوى الشركات والمنظمات الهادفة وغير الهادفة للربح.
- ٨-١ يحدد ويرتب خطوات إعداد حملات العلاقات العامة والإعلان وحملات التسويق الاجتماعي.
- ٩-١ يوضح التأثيرات المختلفة للحملات الإعلامية والإعلانية وكيفية قياسها.
- ١٠-١ يحدد اللوائح والقوانين التي تنظم حملات العلاقات العامة والإعلان المحلي والدولي والتسويق الاجتماعي التقليدي و الرقمي.
- ١١-١ يذكر أخلاقيات ممارسة مهنة العلاقات العامة والإعلان وأسس التعامل مع الرأي العام.
- ١٢-١ يوضح أساليب واستراتيجيات إدارة حملات العلاقات العامة والإعلان والتسويق الاجتماعي.
- ١٣-١ يرتب خطوات إجراء البحوث الكمية والكيفية بأدواتها المختلفة في مجالات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام والإعلام الدولي.
- ١٤-١ يذكر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالات العلاقات العامة والإعلان.

٢- المهارات المهنية والعملية:

إلى جانب المهارات المهنية العامة التي يجب أن يكتسبها خريج كلية الإعلام يجب أن يكون خريج العلاقات العامة والإعلان قادراً على أن:

- ١-٢ يستخدم الوسائل الحديثة لجمع البيانات واستخدامها بكفاءة في بحوث العلاقات العامة والإعلان.
- ٢-٢ يحرر الرسائل الإعلامية وصياغتها بأسلوب دقيق يتناسب مع الموضوع أو القضية لخدمة برامج العلاقات العامة.
- ٣-٢ ينتج المواد الإعلامية المطبوعة كالكتيبات والنشرات وغيرها من مطبوعات العلاقات العامة.
- ٤-٢ يستخدم الاستراتيجيات الإقناعية في مجالات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام وقضايا الإعلام الدولي.
- ٥-٢ يصمم وينفذ حملات تعتمد على الاتصالات التسويقية المتكاملة سواء حملات التسويق التجاري أو الاجتماعي أو التسويق السياسي.
- ٦-٢ يطبق أخلاقيات العلاقات العامة والإعلان في تنفيذ الحملات الإعلانية.
- ٧-٢ يصمم ويعد استطلاعات الرأي العام والبحوث في القضايا المختلفة.
- ٨-٢ يختار النظريات والمنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة لكل موضوع بحثي.
- ٩-٢ يستخدم البرامج الإحصائية المتطورة لتحليل البيانات، واستنباط النتائج والتوصيات.
- ١٠-٢ يدير صفحات التواصل الاجتماعي لدعم العلاقة بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.
- ١١-٢ يخطط لإدارة قضايا الإعلام الدولي بأبعادها المختلفة باستخدام تكتيكات وتقنيات حديثة على مستوى الوسائل والرسائل الإعلامية.
- ١٢-٢ يوظف الطرق التكنولوجية الحديثة في تنفيذ الأحداث الخاصة في مجال العلاقات العامة على مختلف المستويات المحلية والعالمية.
- ١٣-٢ يضع تخطيط اتصالات إدارة الأزمات في وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية .
- ١٤-٢ يطبق قواعد المراسم والبروتوكول في اللقاءات الرسمية والمؤتمرات، وكذلك تطبيق قواعد الاتيكيت في المعاملات الشخصية.

٣- المهارات الذهنية:

إلى جانب المهارات الذهنية العامة التي يجب أن يكتسبها خريج كلية الإعلام يجب أن يكون خريج العلاقات العامة والإعلان قادراً على أن:

- ١-٣ يحلل المتغيرات الداخلية والخارجية المؤثرة على ممارسات العلاقات العامة والإعلان والتسويق بشقيه التجاري والاجتماعي في مصر والعالم.

- ٢-٣ يخطط البرامج الاتصالية للعلاقات العامة والحملات الإعلامية والإعلانية عبر الوسائط التقليدية والرقمية.
- ٣-٣ يميز بين وظائف الأدوات الاتصالية والإعلامية المختلفة التقليدية والرقمية لخدمة أهداف برامج العلاقات العامة والإعلان
- ٤-٣ يقترح أفكار لحملات وبرامج علاقات عامة وإعلان مبتكرة ومؤثرة في ضوء المستجدات المحلية والقومية والعالمية.
- ٥-٣ تقييم فعالية حملات العلاقات العامة والحملات الإعلامية والإعلانية عبر الوسائل التقليدية والرقمية.
- ٦-٣ يخطط للأحداث الخاصة في مجال العلاقات العامة على مختلف المستويات المحلية والعالمية.
- ٧-٣ يحلل المتغيرات البيئية والأحداث الجارية المرتبطة بقضايا الإعلام التقليدي والرقمي محلياً وقومياً و دولياً.
- ٨-٣ يخطط لإجراء بحوث في مجالات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام والإعلام الدولي.
- ٩-٣ ينقد ممارسات العلاقات العامة والإعلان والتسويق بشقيه التجارى والاجتماعى فى مصر والعالم فى ضوء أخلاقيات المهنة وموائيق الشرف الإعلامية.

٤/ب مقارنة ما يتم تقديمه من خلال برنامج العلاقات العامة والاعلان بالمعايير القومية الأكاديمية القياسية

رابعاً: قائمة المراجع المستخدمة

١- المعايير الأكاديمية لمؤسسة الاعتماد الأكاديمي لبرامج الصحافة والإعلام الأمريكية AEJMC لعام ٢٠٠٦،

٢- معايير المجلس الأمريكي للاعتماد الأكاديمي في مجال الصحافة والاتصال الجماهيري لعام ١٩٩٦،

٣- معايير مقياس اتحاد جامعات الدول العربية لعام ٢٠٠٣.

خامساً: هيكل ومحتويات البرنامج:

٥/أ. مدة البرنامج : ٤ سنوات

٥/ب. هيكل البرنامج :

٥/ب ١/ عدد الساعات/ الوحدات : نظري ٩٦ معامل/ تدريب ٧٢ (٣٦) جموع ١٣٢

٥/ب ٢/ عدد الساعات المعتمدة بالنسبة لبرنامج العلاقات العامة والإعلان: ١٣٢ ساعة معتمدة.

إلزامي ٩٩ اختياري ٣٣

المقررات	عدد الساعات	النسبة إلى ساعات البرنامج%
مقررات العلوم الأساسية	١٥	١١,٤%
مقررات العلوم الاجتماعية والانسانية	٢٤	١٨,١%
مقررات التخصص	٦٣	٤٧,٩%
تدريب عملي (٢ + ٦ مقررات تحتوى تدريب ميداني*)	١٤	١٠,٦%
مقررات حرة	٦	٤,٥%
علوم الحاسب الآلي	٣	٢,٢%
مشروعات (١+ ٢ مقرر ^١)	٧	٥,٣%
الإجمالي	١٣٢	١٠٠

* تلك المقررات هي (٢ مقرر التدريب - العلاقات العامة في المجال التطبيقي - الكتابة للعلاقات العامة - إدارة الإعلان - إدارة العلاقات العامة - تسويق اجتماعي - إبداع في الإعلان) تم حساب الساعات العملي في تلك المواد طبقاً للأنحة حيث تشمل تلك المقررات تدريب ميداني للطلاب مثل البحوث الميدانية والمقابلات المتعمقة مع مسئولى العلاقات العامة والإعلان بالشركات المختلفة.

^١ مادة مشروع التخرج + مقرر (موضوع خاص في العلاقات - بحوث العلاقات العامة والإعلان)

ب/ ٣ توزيع نسبة متطلبات البرنامج ومقارنتها بالنسب الموجودة في الـ NARS

النسبة في الـ NARS	النسبة في برنامج العلاقات العامة والإعلان	متطلبات البرنامج
٥٠%	٤٧,٩%	العلوم المتخصصة (المهنية)
١٠%	١١,٤%	المواد الأساسية
٢٠%	١٨,١%	العلوم الإنسانية
٣%	٢,٢%	علوم الحاسب الآلي
٢%	٤,٥%	المقررات الحرة
١٠%	١٠,٦%	التدريبات الميدانية والعملية
٥%	٥,٣%	المشروعات

ب ٥ / ٤ مقررات العلوم الأساسية (٥) مقرر:

م	المواد	نظري	عملي	س.ع.س
١	لغة عربية (١)	٣		٣
٢	لغة عربية (٢)	٣		٣
٣	لغة اجنبية (١)	٣		٣
٤	لغة اجنبية (٢)	٣		٣
٥	احصاء وبحوث عمليات	٢	١	٣
	مجموع الساعات	١٤	١	١٥

ب/ ٥ المواد الاجتماعية والانسانية (١٠) مقررات يختار الطالب منها (٤) مقررات + ٤ مقررات

إجبارية

م	المواد	نظري	عملي	س.ع.س
١	المدخل النفسي للاعلام	٣		٣
٢	مبادئ علم السياسة	٣		٣
٣	المدخل الاجتماعي للاعلام	٣		٣

٤	تاريخ مصر الحديث والمعاصر	٣	٣
٥	تاريخ العالم الحديث	٣	٣
٦	الجغرافيا السياسية	٣	٣
٧	مبادئ الاقتصاد	٣	٣
٨	القانون الدولي	٣	٣
٩	أسس الإدارة	٣	٣
١٠	الإعلام العلمي	٣	٣
١١	الاتصال السياسي	٣	٣
١٢	الاتصال الشخصي	٣	٣
١٣	الإعلام والمجتمع	٣	٣
١٤	الإعلام والتغير الاجتماعي	٣	٣
٤٢	مجموع الساعات	٤٢	٤٢

٥ ب/ ٦ مواد التخصص ٣٢ مقررأ (٩٦ ساعة معتمدة) يدرس الطالب فقط ٢٠ مقرر موزعين كالتالي
١٥ مقرر إجباريا و (٥) مقرر اختياريًا.

م	المواد	نظري	عملي	س.ع.و.
١	الاتصالات التسويقية	٣		٣
٢	ادارة العلاقات العامة	٢	١	٣
٣	ادارة الاعلان	٢	١	٣
٤	التسويق الإجتماعي	٢	١	٣
٥	الأنشطة الترويجية	٣		٣
٦	اسس انتاج المواد الاعلامية (١)	١	٢	٣
٧	انتاج المواد الاعلامية(٢)	٢	١	٣
٨	الاقناع	٣		٣
٩	بحوث العلاقات العامة والاعلان	٢	١	٣
١٠	الاتصال التنظيمي	٣		٣
١١	ادارة الحملات الاعلانية	٣		٣
١٢	العلاقات العامة فى المجال التطبيقى	٢	١	٣
١٣	الكتابة للعلاقات العامة والاعلان	١	٢	٣

١٤	الإعلان الدولي	٣	٣
١٥	العلاقات العامة الدولية	٣	٣
١٦	الإبداع فى الإعلان	١	٢
١٧	موضوع خاص فى العلاقات العامة	٢	١
١٨	بروتوكول ومراسم	٢	١
١٩	المدخل الى الصحافة	٣	٣
٢٠	المدخل الى الاذاعة والتلفزيون	٣	٣
٢١	المدخل الى العلاقات العامة	٣	٣
٢٢	المدخل الى الاعلان	٣	٣
٢٣	نشأة وسائل الإتصال	٣	٣
٢٤	مناهج البحث الاعلامى	٣	٣
٢٥	الرأى العام	٣	٣
٢٦	الاعلام الدولي	٣	٣
٢٧	نظريات الاعلام	٣	٣
٢٨	أخلاقيات الاعلام وتشريعاته	٣	٣
٢٩	مادة اعلامية بلغة اجنبية (١)	٣	٣
٣٠	مادة اعلامية بلغة اجنبية (٢)	٣	٣
٣١	ترجمة اعلامية (١)	١	٢
٣٢	ترجمة اعلامية (٢)	١	٢
٩٦	مجموع الساعات	٧٨	١٨

ب/٧ التدريب الميداني ويشمل :

- التدريب العملى فى نهاية المستوى الثانى (٣ ساعة معتمدة) أى (٦ ساعات عملية)
- التدريب العملى فى نهاية المستوى الثالث (٣ ساعة معتمدة) أى (٦ ساعات عملية)
- ٦ مقررات تحتوى على تدريب ميداني وهم (العلاقات العامة فى المجال التطبيقي - الكتابة للعلاقات العامة - إدارة الإعلان - إدارة العلاقات العامة - تسويق اجتماعي - إبداع فى الإعلان) حيث تشمل تلك المقررات تدريب ميداني للطلاب مثل البحوث الميدانية والمقابلات المتعمقة مع مسؤولى العلاقات العامة والإعلان بالشركات المختلفة.

ب/٨ مشروعات ويشمل/

- مشروع التخرج (٦ ساعات عملى أسبوعيا) + ٢ مقرر يقدم فيهم الطالب مشروع بحثي (موضوع خاص فى العلاقات - بحوث علاقات عامة وإعلان)

هـ/٩ المقررات الحرة بنسبة ٤,٥%

يختار الطالب مادتين حرتين بواقع (٦ ساعات معتمدة)

هـ/١٠ مستويات البرنامج (فى نظام الساعات المعتمدة)

أربعة مستويات (ثمانية فصول دراسية)

المستوى الأول/ السنة الأولى: يلزم اجتياز ٣٦ وحدة (ساعة معتمدة) موزعة كالتالى:

الزامى ٢٤ اختياري ١٢

المستوى الثانى/ السنة الثانية: يلزم اجتياز ٣٦ وحدة (ساعة معتمدة) موزعة كالتالى:

الزامى ٣٣ اختياري ٣

المستوى الثالث/ السنة الثالثة: يلزم اجتياز ٣٦ وحدة (ساعة معتمدة) موزعة كالتالى:

الزامى ٢٤ اختياري ١٢

المستوى الرابع / السنة الرابعة : يلزم اجتياز ٢٤ وحدة (ساعة معتمدة) موزعة كالتالى:

الزامى ١٨ اختياري ٦

سادساً: مقررات البرنامج

١/٦ المستوى الأول (فصلان دراسيان)

(أ) المواد العامة الإجبارية (١٢ وحدة دراسية)

الرقم الكودي	عنوان المقرر	عدد الوحدات ١٢ وحدة دراسية	عدد الساعات / الأسبوع		تمارين
			محاضرات	معمل	
عام ١٠٠	اللغة العربية (١)	٣	٣	-	-
عام ١٠١	اللغة العربية (٢)	٣	٣	-	-
عام ١٠٢	اللغة الأجنبية (١)	٣	٣	-	-
عام ١٠٣	اللغة الأجنبية (٢)	٣	٣	-	-

(ب) المتطلبات الإجبارية للكلية: عدد الوحدات ١ اوحدية نظرية وواحدتين عملي

الرقم الكودي	عنوان المقرر	عدد الوحدات ١٢ وحدة دراسية	عدد الساعات / الأسبوع		تمارين
			محاضرات	معمل	
علم ١٠٠	المدخل للصحافة	٣	٢	٢	-
علم ١٠١	المدخل للإذاعة والتلفزيون	٣	٣	-	-
علم ١٠٢	المدخل للعلاقات العامة	٣	٣	-	-
علم ١٠٣	المدخل إلى الإعلان	٣	٣	-	-

(ج) المواد العامة الاختيارية

عدد الوحدات ١٢ وحدة نظري

الرقم الكودي	عنوان المقرر	عدد الوحدات ١٢ وحدة دراسية	عدد الساعات / الأسبوع		
			محاضرات	معمل	تمارين
عام ١٠٤	المدخل النفسي للإعلام	٣	٣	-	-
عام ١٠٥	مبادئ علم السياسة	٣	٣	-	-
عام ١٠٦	المدخل الاجتماعي للإعلام	٣	٣	-	-
عام ١٠٧	تاريخ مصر الحديث والمعاصر	٣	٣	-	-
عام ١٠٨	تاريخ العالم الحديث	٣	٣	-	-
عام ١٠٩	الجغرافيا السياسية	٣	٣	-	-
عام ١١٠	مبادئ الاقتصاد	٣	٣	-	-
عام ١١١	القانون الدولي	٣	٣	-	-
عام ١١٢	أسس الإدارة	٣	٣	-	-
عام ١١٣	الإعلام العلمي	٣	٣	-	-

٢/٦ المستوى الثاني (فصلان دراسيان)

(أ) متطلبات الكلية الإجبارية :

١٥ وحدة نظرية + ست وحدات عملي بإجمالي ١٨ وحدة دراسية

الرقم الكودي	عنوان المقرر	عدد الوحدات ١٨ وحدة دراسية	عدد الساعات / الأسبوع	
			محاضرات	عملي
تمارين				
علم ٢٠١	الحاسب الآلي والتوثيق الإعلامي	٣	٢	٢
علم ٢٠٢	الاتصال الشخصي	٣	٣	-
علم ٢٠٣	مناهج البحث الإعلامي	٣	٣	-
علم ٢٠٤	نشأة وسائل الاتصال	٣	٣	-
علم ٢٠٥	الرأي العام	٣	٣	-
علم ٢٠٦	الإعلام والمجتمع	٣	٣	-

(ب) متطلبات القسم الإجبارية

١١ وحدة نظري + ٤ وحدات عملي بإجمالي ١٥ وحدة دراسية

الرقم الكودي	عنوان المقرر	عدد الوحدات ١٢ وحدة دراسية	عدد الساعات / الأسبوع		
			محاضرات	عملي	تمارين
علن ٢٠١	الاتصالات التسويقية	٣	٣	-	-
علن ٢٠٢	مادة إعلامية بلغة أجنبية (١)	٣	٣	-	-
علن ٢٠٣	الترجمة (١)	٣	١	٤	-
علن ٢٠٤	إدارة العلاقات العامة	٣	٢	٢	-
علن ٢٠٥	إدارة الإعلان	٣	٢	٢	-

(ج) متطلبات القسم الاختيارية

١١ وحدة نظرية + ١ وحدة عملية بإجمالي ١٥ وحدة دراسية

الرقم الكودي	عنوان المقرر	عدد الوحدات وحدة دراسية	عدد الساعات / الأسبوع		
			محاضرات	عملي	تمارين
علن ٢٠٦	بروتوكول ومراسم	٣	٢	٢	-
علن ٢٠٧	الاتصال السياسي	٣	٣	-	-
ذاع ٢٠٥	النقد والتذوق الفني	٣	٣	-	-
صحف ٢٠٥	النشر الصحفي	٣	٣	-	-

٣/٦ المستوى الثالث (فصلان دراسيان)

(أ) متطلبات الكلية الإجبارية: ٦ وحدات نظرية

عدد الساعات / الأسبوع			عدد الوحدات ٦ وحدات دراسية	عنوان المقرر	الرقم الكودي
تعاريف	معمل	محاضرات			
-	-	٣	٣	الإعلام الدولي	علم ٣٠١
-	-	٣	٣	نظريات الإعلام	علم ٣٠٢

(ب) متطلبات القسم الإجبارية: ١٨ وحدة دراسية (١٣ وحدة نظرية + ٥ وحدات عملي)

عدد الساعات / الأسبوع			عدد الوحدات ١٨ وحدة دراسية	عنوان المقرر	الرقم الكودي
تعاريف	عملي	محاضرات			
-	٢	٢	٣	التسويق الاجتماعي	علم ٣٠١
-	-	٢	٣	الأنشطة الترويجية	علم ٣٠٢
-	٤	١	٣	أسس إنتاج المواد الإعلامية (١)	علم ٣٠٣
-	٢	٢	٣	الإحصاء وبحوث العمليات	علم ٣٠٤
-	-	٢	٣	الإقناع	علم ٣٠٥
-	٢	٢	٣	بحوث العلاقات العامة	علم ٣٠٦

(ج) متطلبات القسم الاختيارية

٥ اساعة معتمدة (٩ وحدات نظري + ٦ وحدات عملي)

عدد الساعات / الأسبوع			عدد الوحدات وحدة دراسية	عنوان المقرر	الرقم الكودي
تعاريف	عملي	محاضرات			
-	-	٢	٣	مادة إعلامية بلغة أجنبية(٢)	علن ٣٠٧
-	٤	١	٣	ترجمة(٢)	علن ٣٠٨
-	٤	١	٣	الكتابة للعلاقات العامة	علن ٣٠٩
-	٤	١	٣	الصحافة الإلكترونية	صحف ٣٠٤
-	-	٢	٣	الحملة الصحفية	صحف ٣١٠

٤/٦ المستوى الرابع (فصلان دراسيان)
 (أ) متطلبات الكلية الإلبارية: ٦ وحدات نظري

عدد الساعات / الأسبوع			عدد الوحدات ٦ وحدات دراسية	عنوان المقرر	الرقم الكودي
تمارين	معمل	محاضرات			
-	-	٢	٣	أخلاقيات الإعلام وتشريعاته	علم ٤٠١
-	-	٢	٣	الإعلام والتغير الاجتماعي	علم ٤٠٢

(ج) متطلبات القسم الإلبارية: ١٢ ساعة معتمدة (٨ وحدات نظرية + ٤ وحدات عملي)

عدد الساعات / الأسبوع			عدد الوحدات ١٨ وحدة دراسية	عنوان المقرر	الرقم الكودي
تمارين	عملي	محاضرات			
-	-	٢	٣	الاتصال التنظيمي	علم ٤٠١
-	-	٢	٣	إدارة الحملات الإعلانية	علم ٤٠٢
-	٢	٢	٣	العلاقات العامة في المجال التطبيقي	علم ٤٠٣
-	٦	-	٣	مشروع التخرج	علم ٤٠٤

(ج) متطلبات القسم الاختيارية

عدد الساعات / الأسبوع			عدد الوحدات ٢١ وحدة دراسية	عنوان المقرر	الرقم الكودي
تعاريف	عملي	محاضرات			
-	-	٣	٣	الإعلان الدولي	عن ٤٠٥
-	-	٣	٣	العلاقات العامة الدولية	عن ٤٠٦
-	٤	١	٣	الإبداع في الإعلان	عن ٤٠٧
-	٢	٢	٣	موضوع خاص في العلاقات العامة	عن ٤٠٨
-	٢	٢	٣	إنتاج مواد إعلامية (٢)	عن ٤٠٩
-	-	٣	٣	الحملات الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون	ذاع ٤٠٧
-	-	٣	٣	الإعلام الدولي في الإذاعة والتلفزيون	ذاع ٤١٠

المواد الحرة الاختيارية

ست ساعات معتمدة (يختار الطالب مادتين كمواحد حرة)

المدخل إلى الموسيقى
المدخل إلى الفنون التشكيلية
المدخل إلى الفنون المسرحية
الإرشاد السياحي
الجرافيك والرسوم المتحركة

سابعاً- محتويات المقررات: الجدول التالي يبين أسماء المقررات وكود كل مقرر (طبقاً لما هو
مذكور باللائحة)

المحتويات : أنظر توصيف المقررات

اسم المقرر الدراسي	كود المقرر
المدخل إلى العلاقات العامة	عام ١٠٢
المدخل إلى الإعلان	عام ١٠٣
الاتصالات التسويقية	علن ٢٠١
مادة إعلامية باللغة الأجنبية (١)	علن ٢٠٢
مادة إعلامية باللغة الأجنبية (٢)	علن ٣٠٧
ترجمة (١)	علن ٢٠٣
إدارة العلاقات العامة	علن ٢٠٤
إدارة الإعلان	علن ٢٠٥
البروتوكول والمراسم	علن ٢٠٦
الاتصال السياسي	علن ٢٠٧
التسويق الاجتماعي	علن ٣٠١
الأنشطة الترويجية	علن ٣٠٢
أسس إنتاج مواد إعلامية (١)	علن ٣٠٣
الإحصاء وبحوث العمليات	علن ٣٠٤
الإقناع	علن ٣٠٥
بحوث العلاقات العامة والإعلان	علن ٣٠٦
الترجمة (٢)	علن ٣٠٨
الكتابة للعلاقات العامة والإعلان	علن ٣٠٩
الاتصال التنظيمي	علن ٤٠١
إدارة الحملات الإعلانية	علن ٤٠٢
العلاقات العامة في المجال التطبيقي	علن ٤٠٣
مشروع التخرج	علن ٤٠٤
الإعلان الدولي	علن ٤٠٥
العلاقات العامة الدولية	علن ٤٠٦
الإبداع في الإعلان	علن ٤٠٧

اسم المقرر الدراسي	كود المقرر
موضوع خاص في العلاقات العامة	علن٤٠٨
أسس انتاج مواد إعلامية (٢)	علن٤٠٩
اللغة العربية (١)	عام١٠٠
اللغة العربية (٢)	عام١٠١
اللغة الأجنبية (١)	عام١٠٢
اللغة الأجنبية (٢)	عام١٠٣
المدخل إلى الصحافة	عام١٠٠
المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون	عام١٠١
المدخل النفسي للإعلام	عام١٠٤
مبادئ علم السياسة	عام١٠٥
المدخل الاجتماعي للإعلام	عام١٠٦
تاريخ مصر الحديث والمعاصر	عام١٠٧
الجغرافيا السياسية	عام١٠٩
تطبيقات الحاسب الآلي في مجال الإعلام	عام٢٠١
الاتصال الشخصي	عام٢٠٢
مناهج البحث الإعلامي	عام٢٠٣
نشأة وسائل الاتصال	عام٢٠٤
الرأي العام	عام٢٠٥
الإعلام والمجتمع	عام٢٠٦
الإعلام الدولي	عام٣٠١
نظريات الإعلام	عام٣٠٢
أخلاقيات الإعلام وتشريعاته	عام٤٠١
الإعلام والتغير الاجتماعي	عام٤٠٢
مبادئ الاقتصاد	عام١١٠
القانون الدولي	عام١١١
أسس الإدارة	عام١١٢
الإعلام العلمي	عام١١٣
الصحافة الإلكترونية	صحف٣٠٤
الحملات الصحفية	صحف٣١٠
الحملات الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون	ذاع٤٠٧
الإعلام الدولي في الإذاعة والتلفزيون	ذاع٤١٠

اسم المقرر الدراسي	كود المقرر
النقد والتذوق الفني	ذاع ٢٠٥
النشر الصحفي	صحف ٢٠٥
المدخل إلى الموسيقى	
المدخل إلى الفنون التشكيلية	
المدخل إلى الفنون المسرحية	
الإرشاد السياحي	
الجرافيك والرسوم المتحركة	

ثامناً: متطلبات القبول بالبرنامج :

* رغبة الطالب.

تاسعاً: لوائح التقدم في البرنامج وإكماله:

التسجيل والحذف والإضافة :

- مع بداية كل فصل دراسي يقوم الطالب بتسجيل المقررات الدراسية التي يختارها ، وذلك من خلال شبكة الإنترنت في المعامل التي توفرها الكلية وفي الأوقات التي تحددها إدارة الكلية قبل بدء انتظام الدراسة .
- يحدد مجلس الكلية في بداية كل فصل دراسي الحد الأدنى لعدد الطلاب للتسجيل في كل مقرر .
- يكون الحد الأدنى للساعات المعتمدة للتسجيل في كل فصل دراسي (٩) ساعات ، والحد الأقصى (١٨) ساعة . ويجوز لمجلس الكلية الترخيص بتجاوز الحد الأقصى للساعات المعتمدة للتسجيل لدواعي تخرج الطالب .
- يجوز للطالب بعد استكمال إجراءات التسجيل أن يحذف أو يضيف مقرراً أو أكثر وذلك خلال فترة تحددها الكلية للحذف أو الإضافة في كل فصل دراسي ، ويتم ذلك بالتنسيق مع المرشد الأكاديمي للطلاب ومن خلال نماذج محددة توفرها الكلية .
- يسمح للطالب بدراسة المقررات المختلفة والتسجيل في المستويات الأعلى بناء علي قيامه باختيار المقررات المطلوبة كمقرر أولي للمقررات الأعلى . ولا يتم تسجيل الطالب في مقرر أعلى إلا إذا نجح في المقررات الأولية المطلوبة له .

- ينقل الطالب من المستوى المقيد به إلى المستوى الذي يليه إذا نجح في جميع المقررات أو كان راسبا أو غائبا فيما لا يزيد عن مقررين من المستوى المقيد به أو من مستوى أدنى . ويؤدي الطالب الامتحان فيما رسب فيه من مقررات مع طلاب المستوى الذي يدرس به المقرر.

الانسحاب من المقرر :

- يجوز للطالب بعد تسجيل المقررات التي اختارها أن ينسحب من مقرر أو أكثر خلال فترة محددة تعلنها إدارة الكلية بحيث لا يقل عدد الساعات المسجلة للطالب عن الحد الأدنى للتسجيل في الفصل الدراسي الواحد وفي هذه الحالة لا يعد الطالب راسبا في المقررات التي انسحب منها ، ويحتسب له تقدير منسحب فقط .
- إذا انسحب الطالب من مقرر أو أكثر - بعد الفترة المحددة لذلك دون عذر قهري يقبله مجلس الكلية يحتسب له تقدير "راسب" في المقررات التي انسحب منها . أما إذا تقدم قبل الامتحان بشهر علي الأقل بعذر قهري وقبل مجلس الكلية عذره فيحتسب له تقدير "منسحب" .

المواظبة والغياب :

- لدراسة في كلية الإعلام نظامية ولا يجوز فيها الانتساب وتخضع عملية متابعة حضور الطلاب لشروط ولوائح تحددها إدارة الكلية وتحتسب درجات لتقييم حضور الطالب ومدى انتظامه ومشاركته في المحاضرات .
- يتطلب دخول الطالب الامتحان النهائي تحقيق نسبة حضور لا تقل عن ٧٥ % من المحاضرات في كل مقرر . وإذا تجاوزت نسبة غياب الطالب -دون عذر مقبول- في أحد المقررات ٢٥ % يكون لمجلس الكلية حرمانه من دخول الامتحان النهائي بعد إنذاره ، ويعطي درجة "صفر" في اختبار المادة . أما إذا تقدم الطالب بعذر يقبله مجلس الكلية يحتسب له تقدير "منسحب" في المقرر الذي قدم عنه العذر .
- الطالب الذي يتغيب عن الامتحان النهائي لأي مقرر - دون عذر مقبول - يعطي له درجة " صفر " في ذلك الامتحان وتحتسب له درجات الأعمال الفصلية التي حصل عليها .
- إذا تقدم الطالب بعذر قهري يقبله مجلس الكلية عن عدم حضور الامتحان النهائي لأي مقرر خلال يومين من إجراء الامتحان يحتسب له تقدير "غير مكتمل" في هذا المقرر بشرط أن يكون حاصلا علي ٦٠ % علي الأقل من درجات الأعمال الفصلية ، وإلا يكون قد تم حرمانه من دخول الامتحانات النهائية .

وفي هذه الحالة يتاح للطالب الحاصل علي تقدير "غير مكتمل " فرصة أداء الامتحان النهائي في مطبع الفصل التالي وفي الموعد الذي يحدده مجلس الكلية. وتحتسب الدرجة النهائية للطالب علي أساس الدرجة الحاصل عليها في الامتحان النهائي إضافة إلي الدرجة السابق الحصول عليها في الأعمال الفصلية .

الانقطاع عن الدراسة :

- يعتبر الطالب منقطعاً عن الدراسة إذا لم يسجل في فصل دراسي أو انسحب من الفصل الدراسي سواء بعذر مقبول أو بدون عذر .
- يجوز للطالب الانقطاع عن الدراسة - بعذر مقبول - فصلين متتاليين أو ثلاثة فصول غير متتالية بحد أقصى . ويفصل من الكلية إذا انقطع عن الدراسة لفترة أطول دون عذر يقبله مجلس الكلية ويوافق عليه مجلس الجامعة .
- يجوز للطالب أن يتقدم بطلب لإيقاف القيد بالكلية حسب الشروط والضوابط التي تضعها الجامعة .

نظام الامتحانات والتقويم :

- يتم تصحيح امتحان كل مقرر من (١٠٠) درجة.
- توزع درجات الامتحان في كل مقرر علي النحو التالي :
- ٣٠ % للامتحانات التي يجريها الأستاذ بصفة دورية والتطبيقات العملية أو الامتحانات الشفهية أو الأعمال التي يكلف بها الطلاب أثناء الفصل الدراسي .
- ٢٠ % لامتحان منتصف الفصل الدراسي
- ٥٠ % لامتحان نهاية الفصل الدراسي
- ويشترط لنجاح الطالب حصوله علي ٤٠ % علي الأقل من درجة الامتحان النهائي لكل مقرر .
- ويكون لمجلس الكلية تحديد مواعيد امتحانات الفصل الدراسي ، والامتحانات النهائية وإعلامها للطلاب في وقت مناسب .
- الحد الأدنى للنجاح في المقرر الدراسي هو ٦٠ % من الدرجة النهائية ، وتحسب النسبة المئوية للدرجات النهائية والتقدير علي النحو التالي :

الرمز	التقدير	النسبة
A	ممتاز	٩٠ % فأكثر
B	جيد جداً	٨٠ % - أقل من ٩٠ %
C	جيد	٧٠ % - أقل من ٨٠ %
D	مقبول	٦٠ % - أقل من ٧٠ %
F	راسب	أقل من ٦٠ %

ويكون رسوب الطالب بأحد التقديرين التاليين :

- من ٣٠ % - أقل من ٦٠ % **ضعيف**

- أقل من ٣٠ % **ضعيف جدا**

- إذا تضمن الامتحان في أحد المقررات اختبارا تحريرا وآخر شفهيًا أو عمليا فإن تقدير الطالب في هذا المقرر يتكون من مجموع درجات الاختبار التحريري والشفهي والعملي بالإضافة إلى أعمال السنة .

- مدة الامتحان التحريري النهائي لأي مقرر من مقررات الدراسة ساعتان .

- إذا حصل الطالب - في أحد المقررات الاختيارية- علي تقديرات أقل من " D " مما قد يؤثر علي معدله التراكمي - يجوز السماح له بإعادة ذات المقرر أو أي مقرر اختياري آخر بحد أقصى مقررين دراسيين بعد موافقة المرشد الأكاديمي .

وعند حساب درجة الطالب في المقرر الذي تمت إعادة دراسته يؤخذ التقدير الأعلى. ولا تحتسب له الساعات المعتمدة للمقرر إلا مرة واحدة .

الرسوب والإعادة :

- إذا رسب الطالب في مقرر إجباري فعليه إعادة دراسته والامتحان فيه مرة أخرى . وفي حالة رسوب الطالب - لأول مرة - في مقرر إجباري يكون راسبا بصفة مؤقتة . فإذا نجح في المقرر بعد إعادة دراسته تحتسب له الدرجة الفعلية التي حصل عليها بما لا يزيد عن الحد الأقصى لتقدير مقبول ويحسب معدله التراكمي علي هذا الأساس .

- إذا رسب الطالب في مقرر اختياري فيجوز له إعادة نفس المقرر أو مقرر آخر بعد موافقة المرشد الأكاديمي . علي أن تحتسب له الدرجة الفعلية التي حصل عليها بما لا يزيد عن الحد الأقصى لتقدير مقبول .

المعدل التراكمي :

- يحتسب التقدير العام للطلاب الناجحين في نهاية السنة الجامعية وكذلك التقدير العام للسنوات الأربع (تقدير التخرج) ، كما يلي :

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{مجموع درجات الطالب}}{\text{مجموع الدرجات العظمى}} \times 100$$

- يشترط لاستمرار الطالب في الدراسة ألا يقل عدد الساعات المعتمدة التي اجتازها خلال الفصول الدراسية الأربعة عن (٢١ ساعة معتمدة) .

عاشراً: طرق وقواعد تقييم الملتحقين بالبرنامج:

الطريقة	ما تقيسه من المخرجات التعليمية المستهدفة
١. الامتحان التحريري	المعرفة والفهم-المهارات الذهنية-المهارات العامة والمنقولة
٢. الامتحان العملي	المهنية والعملية - المهارات الذهنية-المعرفة والفهم
٣. الامتحان الشفوي	المعرفة والفهم-المهارات الذهنية-المهارات العامة والمنقولة
٤- مشروعات التخرج	المعرفة والفهم- المهارات الذهنية-المهارات المهنية - العامة والمنقولة

الحادي عشر: طرق تقويم البرنامج :

القائم بالتقويم	الوسيلة	العينة
١. طلاب الفرقة النهائية	استبيانات	% ٢٥
٢. الخريجون	استبيانات	% ٣٥
٣. اصحاب الاعمال	استبيانات	% ٣٥
٤. مقيم خارجي أو ممتحن خارجي	استبيانات	% ٢٥
٥. طرق اخري	استبيانات	% ٢٥

التوقيع: د. ماريان مراد
التوقيع: أ.د. داليا عبد الله

منسق البرنامج : د. ماريان مراد
رئيس القسم: أ.د. داليا عبد الله

جامعة :-- القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقات العامة والإعلان

مسمى البرنامج

(ب) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من البرنامج التعليمي

المعارف																				المقررات الدراسية	كود المقرر		
١/١	١/٢	١/٣	١/٤	١/٥	١/٦	١/٧	١/٨	١/٩	١/١٠	١/١١	١/١٢	١/١٣	١/١٤	١/١٥	١/١٦	١/١٧	١/١٨	١/١٩	١/٢٠				
																					المدخل إلى العلاقات العامة	علم ١٠٢	
																						المدخل إلى الإعلان	علم ١٠٣
																						الاتصالات التسويقية	عنا ٢٠١
																						مادة إعلامية باللغة الأجنبية (١)	عنا ٢٠٢
																						مادة إعلامية باللغة الأجنبية (٢)	عنا ٣٠٧
																						ترجمة (١)	عنا ٢٠٣
																						إدارة العلاقات العامة	عنا ٢٠٤
																						إدارة الإعلان	عنا ٢٠٥
																						البروتوكول والمراسم	عنا ٢٠٦
																						الاتصال السياسي	عنا ٢٠٧
																						التسويق الاجتماعي	عنا ٣٠١
																						الأنشطة الترويجية	عنا ٣٠٢
																						أسس إنتاج مواد إعلامية (١)	عنا ٣٠٣
																						الإحصاء وبحوث العمليات	عنا ٣٠٤
																						الإقناع	عنا ٣٠٥
																						بحوث العلاقات العامة والإعلان	عنا ٣٠٦
																						الترجمة (٢)	عنا ٣٠٨
																						الكتابة للعلاقات العامة والإعلان	عنا ٣٠٩

المعارف																المقررات الدراسية	كود المقرر									
٢٤/أ	٢٣/أ	٢١/أ	٢٠/أ	١٩/أ	١٨/أ	١٧/أ	١٦/أ	١٥/أ	١٤/أ	١٣/أ	١٢/أ	١١/أ	١٠/أ	٩/أ	٨/أ			٧/أ	٦/أ	٥/أ	٤/أ	٣/أ	٢/أ	١/أ		
																								عنز ٤٠١	الاتصال التنظيمي	
																									عنز ٤٠٢	إدارة الحملات الإعلانية
																									عنز ٤٠٣	العلاقات العامة في المجال التطبيقي
																									عنز ٤٠٤	مشروع التخرج
																									عنز ٤٠٥	الإعلان الدولي
																									عنز ٤٠٦	العلاقات العامة الدولية
																									عنز ٤٠٧	الإبداع في الإعلان
																									عنز ٤٠٨	موضوع خاص في العلاقات العامة
																									عنز ٤٠٩	أسس إنتاج مواد إعلامية (٢)
																									عام ١٠٠	اللغة العربية (١)
																									عام ١٠١	اللغة العربية (٢)
																									عام ١٠٢	اللغة الأجنبية (١)
																									عام ١٠٣	اللغة الأجنبية (٢)
																									عام ١٠٠	المدخل إلى الصحافة
																									عام ١٠١	المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون
																									عام ١٠٤	المدخل النفسي للإعلام
																									عام ١٠٥	مبادئ علم السياسة
																									عام ١٠٦	المدخل الاجتماعي للإعلام
																									عام ١٠٧	تاريخ مصر الحديث والمعاصر
																									عام ١٠٨	تاريخ العالم الحديث
																									عام ١٠٩	الجغرافيا السياسية
																									علم ٢٠١	تطبيقات الحاسب الآلي في مجال الإعلام
																									علم ٢٠٢	الاتصال الشخصي

المعارف																	المقررات الدراسية	كود المقرر								
٢٤/أ	٢٣/أ	٢١/أ	٢٠/أ	١٩/أ	١٨/أ	١٧/أ	١٦/أ	١٥/أ	١٤/أ	١٣/أ	١٢/أ	١١/أ	١٠/أ	٩/أ	٨/أ	٧/أ			٦/أ	٥/أ	٤/أ	٣/أ	٢/أ	١/أ		
																								علم ٢٠٣	مناهج البحث الإعلامي	
																									علم ٢٠٤	نشأة وسائل الاتصال
																									علم ٢٠٥	الرأي العام
																									علم ٢٠٦	الإعلام والمجتمع
																									علم ٣٠١	الإعلام الدولي
																									علم ٣٠٢	نظريات الإعلام
																									علم ٤٠١	أخلاقيات الإعلام وتشريعاته
																									علم ٤٠٢	الإعلام والتغير الاجتماعي
																									عام ١١٠	مبادئ الاقتصاد
																									عام ١١١	القانون الدولي
																									عام ١١٢	أسس الإدارة
																									عام ١١٣	الإعلام العلمي
																									صحف	الصحافة الإلكترونية
																									صحف	الحملات الصحفية
																									ذاع ٢٠٥	النقد والتذوق الفني
																									صحف ٢٠٥	النشر الصحفي
																									ذاع ٤٠٧	الحملات الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون
																									ذاع ٤١٠	الإعلام الدولي في الإذاعة والتلفزيون
																										المدخل إلى الموسيقى
																										المدخل إلى الفنون التشكيلية
																										المدخل إلى الفنون المسرحية

المعارف																المقررات الدراسية	كود المقرر
١/أ/	٢/أ/	٣/أ/	٤/أ/	٥/أ/	٦/أ/	٧/أ/	٨/أ/	٩/أ/	١٠/أ/	١١/أ/	١٢/أ/	١٣/أ/	١٤/أ/	١٥/أ/	١٦/أ/		
																الإرشاد السياحي	
																الجغرافيك والرسوم المتحركة	

رئيس مجلس القسم العلمي: أ. د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد

جامعة :-- القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقات العامة والإعلان

مسمى البرنامج

(ب) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من البرنامج التعليمي

مهارات ذهنية																المقررات الدراسية	كود المقرر	
																	المدخل إلى العلاقات العامة	علم ١٠٢
																	المدخل إلى الإعلان	علم ١٠٣
																	الاتصالات التسويقية	عن ٢٠١
																	مادة إعلامية باللغة الأجنبية (١)	عن ٢٠٢
																	مادة إعلامية باللغة الأجنبية (٢)	عن ٣٠٧
																	ترجمة (١)	عن ٢٠٣
																	إدارة العلاقات العامة	عن ٢٠٤
																	إدارة الإعلان	عن ٢٠٥
																	البروتوكول والمراسم	عن ٢٠٦
																	الاتصال السياسي	عن ٢٠٧

مهارات ذهنية														المقررات الدراسية	كود المقرر
														التسويق الاجتماعي	عز ٣٠١
														الأنشطة الترويجية	عز ٣٠٢
														أسس انتاج مواد إعلامية (١)	عز ٣٠٣
														الإحصاء وبحوث العمليات	عز ٣٠٤
														الإقناع	عز ٣٠٥
														بحوث العلاقات العامة والإعلان	عز ٣٠٦
														الترجمة (٢)	عز ٣٠٨
														الكتابة للعلاقات العامة والإعلان	عز ٣٠٩
														الاتصال التنظيمي	عز ٤٠١
														إدارة الحملات الإعلانية	عز ٤٠٢
														العلاقات العامة في المجال التطبيقي	عز ٤٠٣
														مشروع التخرج	عز ٤٠٤
														الإعلان الدولي	عز ٤٠٥

مهارات ذهنية															المقررات الدراسية	كود المقرر
															العلاقات العامة الدولية	عن ٤٠٦
															الإبداع في الإعلان	عن ٤٠٧
															موضوع خاص في العلاقات العامة	عن ٤٠٨
															أسس إنتاج مواد إعلامية (٢)	عن ٤٠٩
															اللغة العربية (١)	عام ١٠٠
															اللغة العربية (٢)	عام ١٠١
															اللغة الأجنبية (١)	عام ١٠٢
															اللغة الأجنبية (٢)	عام ١٠٣
															المدخل إلى الصحافة	عام ١٠٠
															المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون	عام ١٠١
															المدخل النفسي للإعلام	عام ١٠٤
															مبادئ علم السياسة	عام ١٠٥

مهارات ذهنية																المقررات للدراسة	كود المقرر
																المدخل الاجتماعي للإعلام	عام ١٠٦
																تاريخ مصر الحديث والمعاصر	عام ١٠٧
																تاريخ العالم الحديث	عام ١٠٨
																الجغرافيا السياسية	عام ١٠٩
																تطبيقات الحاسب الآلي في مجال الإعلام	علم ٢٠١
																الاتصال الشخصي	علم ٢٠٢
																مناهج البحث الإعلامي	علم ٢٠٣
																نشأة وسائل الاتصال	علم ٢٠٤
																الرأي العام	علم ٢٠٥
																الإعلام والمجتمع	علم ٢٠٦
																الإعلام الدولي	علم ٣٠١
																نظريات الإعلام	علم ٣٠٢
																أخلاقيات الإعلام وتشريعاته	علم ٤٠١

مهارات ذهنية															المقررات للدراسة	كود المقرر
															الإعلام والتغير الاجتماعي	علم ٤٠٢
															مبادئ الاقتصاد	عام ١١٠
															القانون الدولي	عام ١١١
															أسس الإدارة	عام ١١٢
															الإعلام العلمي	عام ١١٣
															الصحافة الإلكترونية	صحف ٣٠٤
															الصحافة الإلكترونية	صحف ٣١٠
															النقد والتذوق الفني	ذاع ٢٠٥
															النشر الصحفي	صحف ٢٠٥
															الحملات الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون	ذاع ٤٠٧
															الإعلام الدولي في الإذاعة والتلفزيون	ذاع ٤١٠
															المدخل إلى الموسيقى	
															المدخل إلى الفنون التشكيلية	
															المدخل إلى الفنون	

مهارات ذهنية																	المقررات الدراسية	كود المقرر	
																		المسرحة	
																		الإرشاد السياحي	
																		الجغرافيا والرسوم المتحركة	

رئيس مجلس القسم العلمي: أ. د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد

جامعة : -- القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقات العامة والإعلان

مسمى البرنامج

(ب) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من البرنامج التعليمي

مهارات عامة					مهارات مهنية											المقررات الدراسية	كود المقرر					
١/١	٥/١	٤/١	٢/١	١/١	١٢/٢	١٥/٢	١٤/٢	١٣/٢	١١/٢	١٠/٢	٩/٢	٨/٢	٧/٢	٦/٢	٥/٢			٤/٢	٣/٢	٢/٢	١/٢	
																				المدخل إلى العلاقات العامة	علم ١٠٢	
																					المدخل إلى الإعلان	علم ١٠٣
																					الاتصالات التسويقية	عن ٢٠١
																					مادة إعلامية باللغة الأجنبية (١)	عن ٢٠٢
																					مادة إعلامية باللغة الأجنبية (٢)	عن ٣٠٧
																					ترجمة (١)	عن ٢٠٣
																					إدارة العلاقات العامة	عن ٢٠٤
																					إدارة الإعلان	عن ٢٠٥
																					البروتوكول والمراسم	عن ٢٠٦
																					الاتصال السياسي	عن ٢٠٧
																					التسويق الاجتماعي	عن ٣٠١
																					الأنشطة الترويجية	عن ٣٠٢
																					أسس إنتاج مواد إعلامية (١)	عن ٣٠٣
																					الإحصاء وبحوث العمليات	عن ٣٠٤
																					الإقناع	عن ٣٠٥
																					بحوث العلاقات العامة والإعلان	عن ٣٠٦
																					الترجمة (٢)	عن ٣٠٨
																					الكتابة للعلاقات العامة والإعلان	عن ٣٠٩

مهارات عامة					مهارات مهنية											المقررات الدراسية	كود المقرر							
٦/ج	٥/ج	٤/ج	٣/ج	٢/ج	١/ج	١٦/ج	١٥/ج	١٤/ج	١٣/ج	١٢/ج	١١/ج	١٠/ج	٩/ج	٨/ج	٧/ج			٦/ج	٥/ج	٤/ج	٣/ج	٢/ج	١/ج	
																							الاتصال التنظيمي	عن٤٠١
																							إدارة الحملات الإعلانية	عن٤٠٢
																							العلاقات العامة في المجال التطبيقي	عن٤٠٣
																							مشروع التخرج	عن٤٠٤
																							الإعلان الدولي	عن٤٠٥
																							العلاقات العامة الدولية	عن٤٠٦
																							الإبداع في الإعلان	عن٤٠٧
																							موضوع خاص في العلاقات العامة	عن٤٠٨
																							أسس إنتاج مواد إعلامية (٢)	عن٤٠٩
																							اللغة العربية (١)	عام١٠٠
																							اللغة العربية (٢)	عام١٠١
																							اللغة الأجنبية (١)	عام١٠٢
																							اللغة الأجنبية (٢)	عام١٠٣
																							المدخل إلى الصحافة	عام١٠٠
																							المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون	عام١٠١
																							المدخل النفسي للإعلام	عام١٠٤
																							مبادئ علم السياسة	عام١٠٥
																							المدخل الاجتماعي للإعلام	عام١٠٦
																							تاريخ مصر الحديث والمعاصر	عام١٠٧
																							تاريخ العالم الحديث	عام١٠٨
																							الجغرافيا السياسية	عام١٠٩
																							تطبيقات الحاسب الآلي في مجال الإعلام	علم٢٠١
																							الاتصال الشخصي	علم٢٠٢

مهارات مهنية	مهارات مهنية											المقررات الدراسية	كود المقرر				
	١/ع	٢/ع	٣/ع	٤/ع	٥/ع	٦/ع	٧/ع	٨/ع	٩/ع	١٠/ع	١١/ع			١٢/ع			
مهارات عامة																علم ٢٠٣	مناهج البحث الإعلامي
																علم ٢٠٤	نشأة وسائل الاتصال
																علم ٢٠٥	الرأي العام
																علم ٢٠٦	الإعلام والمجتمع
																علم ٢٠١	الإعلام الدولي
																علم ٢٠٢	نظريات الإعلام
																علم ٤٠١	أخلاقيات الإعلام وتشريعاته
																علم ٤٠٢	الإعلام والتغير الاجتماعي
																عام ١١٠	مبادئ الاقتصاد
																عام ١١١	القانون الدولي
																عام ١١٢	أسس الإدارة
																عام ١١٣	الإعلام العلمي
																صحف	الصحافة الإلكترونية
																صحف	الحملات الصحفية
																ذاع ٢٠٥	النقد والتذوق الفني
																صحف ٢٠٥	النشر الصحفي
																ذاع ٤٠٧	الحملات الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون
																ذاع ٤١٠	الإعلام الدولي في الإذاعة والتلفزيون
																	المدخل إلى الموسيقى
																	المدخل إلى الفنون التشكيلية
																	المدخل إلى الفنون المسرحية

مهارات عامة						مهارات مهنية											المقررات الدراسية	كود المقرر							
٦/٦	٥/٦	٤/٦	٣/٦	٢/٦	١/٦	١٦/٤	١٥/٤	١٤/٤	١٣/٤	١٢/٤	١١/٤	١٠/٤	٩/٤	٨/٤	٧/٤	٦/٤			٥/٤	٤/٤	٣/٤	٢/٤	١/٤		
																								الإرشاد السياحي	
																								الجغرافيك والرسوم المتحركة	

رئيس مجلس القسم العلمي: أ. د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد

جامعة : --القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقات العامة والإعلان

مسمى البرنامج

مصفوفة توضح توافق البرنامج التعليمي مع مخرجات التعلم المستهدفة من هذا البرنامج

المعارف																		الأهداف العامة للبرنامج
١/١	١/٢	١/٣	١/٤	١/٥	١/٦	١/٧	١/٨	١/٩	١/١٠	١/١١	١/١٢	١/١٣	١/١٤	١/١٥	١/١٦	١/١٧	١/١٨	
																		١- ١/١ يفسر طبيعة عمل العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها والأسس العلمية لممارستها، وربط ذلك
																		٢/١ يعبر عن طبيعة الإعلان ومجالاته المختلفة والعوامل المؤثرة فيه ودوره في المجتمع، ويميز بينه وبين المفاهيم الأخرى في مجال الاتصالات الترويجية.
																		٣/١ يتعرف على طبيعة الرأي العام، ويستدل على كيفية تكوينه تجاه القضايا المختلفة في المجتمع.

المعارف																		الأهداف العامة للبرنامج	
١/١	١/٢	١/٣	١/٤	١/٥	١/٦	١/٧	١/٨	١/٩	١/١٠	١/١١	١/١٢	١/١٣	١/١٤	١/١٥	١/١٦	١/١٧	١/١٨		
																		٤	يكتسب الفنون الاتصالية، والمهارات التكنولوجية اللازمة لممارسة العلاقات العامة على
																		٥/١	يحدد الجماهير المستهدفة من أى نشاط إتصالي مع إختلاف المواقف المختلفة، ويحلل آرائها
																		٦/١	يبتكر فى إعداد برامج وحملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية والإعلامية فى المجالات المختلفة سواء السياسية أو الاجتماعية أو غيرها، مع مراعاة الأخلاقيات المهنية فى مجالى العلاقات العامة .والإعلان.
																		٧/١	يطبق أسس الاتصال المؤسسى الفعال داخل وخارج المنظمات .

المعارف																	الأهداف العامة للبرنامج
١/١	١/٢	١/٣	١/٤	١/٥	١/٦	١/٧	١/٨	١/٩	١/١٠	١/١١	١/١٢	١/١٣	١/١٤	١/١٥	١/١٦	١/١٧	
																	٨/١ يلم بأسس واستراتيجيات إدارة إتصالات الأزمات والقضايا المحلية والإقليمية والدولية.

رئيس مجلس القسم العلمي: أ. د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد

جامعة : --القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقات العامة والإعلان

مسمى البرنامج

مصفوفة توضح توافق البرنامج التعليمي مع مخرجات التعلم المستهدفة من هذا البرنامج

مهارات ذهنية																	الأهداف العامة للبرنامج	
١٧/٤	١٨/٤	١٩/٤	٢٠/٤	٢١/٤	٢٢/٤	٢٣/٤	٢٤/٤	٢٥/٤	٢٦/٤	٢٧/٤	٢٨/٤	٢٩/٤	٣٠/٤	٣١/٤	٣٢/٤	٣٣/٤		٣٤/٤
																		١/١ يفسر طبيعة عمل العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها والأسس العلمية لممارستها، وربط ذلك بالممارسات الفعلية في المجتمع المصري والعالمى.
																		٢/١ يعبر عن طبيعة الإعلان ومجالاته المختلفة والعوامل المؤثرة فيه ودوره في المجتمع، ويميز بينه وبين المفاهيم الأخرى في مجال الاتصالات الترويجية.
																		٣/١ يتعرف على طبيعة الرأي العام، ويستدل على كيفية تكوينه تجاه القضايا المختلفة في المجتمع.

مهارات ذهنية																	الأهداف العامة للبرنامج	
١٧/١	١٧/٢	١٦/١	١٥/١	١٤/١	١٣/١	١٢/١	١١/١	١٠/١	٩/١	٨/١	٧/١	٦/١	٥/١	٤/١	٣/١	٢/١		١/١
																		٤/١ يكتسب الفنون الاتصالية، والمهارات التكنولوجية اللازمة لممارسة العلاقات العامة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.
																		٥/١ يحدد الجماهير المستهدفة من أى نشاط إتصالي مع إختلاف المواقف المختلفة، ويحلل آرائها
																		٦/١ يبتكر فى إعداد برامج وحملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية والإعلامية فى المجالات المختلفة سواء السياسية أو الاجتماعية أو غيرها، مع مراعاة الأخلاقيات المهنية فى مجالى العلاقات العامة. والإعلان.

مهارات ذهنية																	الأهداف العامة للبرنامج	
١٨/٧/٢٠١٦	١٧/٨/٢٠١٦	١٦/٩/٢٠١٦	١٥/١٠/٢٠١٦	١٤/١١/٢٠١٦	١٣/١٢/٢٠١٦	١٢/١/٢٠١٧	١١/٢/٢٠١٧	١٠/٣/٢٠١٧	٩/٤/٢٠١٧	٨/٥/٢٠١٧	٧/٦/٢٠١٧	٦/٧/٢٠١٧	٥/٨/٢٠١٧	٤/٩/٢٠١٧	٣/١٠/٢٠١٧	٢/١١/٢٠١٧		١/١٢/٢٠١٧
																		٧/١ يطبق أسس الاتصال المؤسسي الفعال داخل وخارج المنظمات .
																		٨/١ يلم بأسس واستراتيجيات إدارة إتصالات الأزمات والقضايا المحلية

رئيس مجلس القسم العلمي: أ. د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد

جامعة : --القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقات العامة والإعلان

مسمى البرنامج

مصفوفة توضح توافق البرنامج التعليمي مع مخرجات التعلم المستهدفة من هذا البرنامج

مهارات عامة						مهارات مهنية											الأهداف العامة للبرنامج						
١/٦	٥/٦	٤/٦	٣/٦	٢/٦	١/٦	١٦/٤	١٥/٤	١٤/٤	١٣/٤	١٢/٤	١١/٤	١٠/٤	٩/٤	٨/٤	٧/٤	٦/٤		٥/٤	٤/٤	٣/٤	٢/٤	١/٤	
																							١/١ يفسر طبيعة عمل العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها والأسس العلمية لممارستها، وربط ذلك بالممارسات الفعلية في المجتمع المصري والعالم.
																							٢/١ يعبر عن طبيعة الإعلان ومجالاته المختلفة والعوامل المؤثرة فيه ودوره في المجتمع، ويميز بينه وبين المفاهيم الأخرى في مجال الاتصالات الترويجية.
																							٣/١ يتعرف على طبيعة الرأي العام، ويستدل على كيفية تكوينه تجاه القضايا المختلفة في المجتمع.

مهارات عامة						مهارات مهنية											الأهداف العامة للبرنامج						
١/ع	٢/ع	٣/ع	٤/ع	٥/ع	٦/ع	١٦/ع	١٥/ع	١٤/ع	١٣/ع	١٢/ع	١١/ع	١٠/ع	٩/ع	٨/ع	٧/ع	٦/ع		٥/ع	٤/ع	٣/ع	٢/ع	١/ع	
																							٤/١ يكتسب الفنون الاتصالية، والمهارات التكنولوجية اللازمة لممارسة العلاقات العامة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.
																							٥/١ يحدد الجماهير المستهدفة من أى نشاط إتصالي مع إختلاف المواقف المختلفة، ويحلل آرائها
																							٦/١ يبتكر فى إعداد برامج وحملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية والإعلامية فى المجالات المختلفة سواء السياسية أو الاجتماعية أو غيرها، مع مراعاة الأخلاقيات المهنية فى مجالى العلاقات العامة. والإعلان.
																							٧/١ يطبق أسس الاتصال المؤسسى الفعال داخل وخارج المنظمات .

مهارات عامة						مهارات مهنية											الأهداف العامة للبرنامج						
١/ع	٢/ع	٣/ع	٤/ع	٥/ع	٦/ع	١/ع	٢/ع	٣/ع	٤/ع	٥/ع	٦/ع	٧/ع	٨/ع	٩/ع	١٠/ع	١١/ع		١٢/ع	١٣/ع	١٤/ع	١٥/ع	١٦/ع	
																							٨/١ يلم بأسس واستراتيجيات إدارة إتصالات الأزمات والقضايا المحلية والإقليمية والدولية.

رئيس مجلس القسم العلمي: أ. د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد

جامعة :--القاهرة

كلية: الإعلام

قسم:العلاقات العامة والإعلان

العلاقات العامة والإعلان

مسمى البرنامج

مصفوفة توافق الأهداف العامة للبرنامج مع المقررات الدراسية

الأهداف العامة للبرنامج								المقررات الدراسية	كود المقرر
٨/١	٧/١	٦/١	٥/١	٤/١	٣/١	٢/١	١/١		
								علم ١٠٢	المدخل إلى العلاقات العامة
								علم ١٠٣	المدخل إلى الإعلان
								عنز ٢٠١	الاتصالات التسويقية
								عنز ٢٠٢	مادة إعلامية باللغة الأجنبية(١)
								عنز ٣٠٧	مادة إعلامية باللغة الأجنبية(٢)
								عنز ٢٠٣	ترجمة (١)
								عنز ٢٠٤	إدارة العلاقات العامة
								عنز ٢٠٥	إدارة الإعلان
								عنز ٢٠٦	البروتوكول والمراسم
								عنز ٢٠٧	الاتصال السياسي
								عنز ٣٠١	التسويق الاجتماعي
								عنز ٣٠٢	الأنشطة الترويجية
								عنز ٣٠٣	أسس إنتاج مواد إعلامية (١)
								عنز ٣٠٤	الإحصاء وبحوث العمليات
								عنز ٣٠٥	الإقناع
								عنز ٣٠٦	بحوث العلاقات العامة

الأهداف العامة للبرنامج								المقررات الدراسية	كود المقرر
٨/١	٧/١	٦/١	٥/١	٤/١	٣/١	٢/١	١/١		
								الترجمة (٢)	عنز ٣٠٨
								الكتابة للعلاقات العامة	عنز ٣٠٩
								الاتصال التنظيمي	عنز ٤٠١
								إدارة الحملات الإعلانية	عنز ٤٠٢
								العلاقات العامة في المجال التطبيقي	عنز ٤٠٣
								مشروع التخرج	عنز ٤٠٤
								الإعلان الدولي	عنز ٤٠٥
								العلاقات العامة الدولية	عنز ٤٠٦
								الإبداع في الإعلان	عنز ٤٠٧
								موضوع خاص في العلاقات	عنز ٤٠٨
								أسس إنتاج مواد إعلامية (٢)	عنز ٤٠٩
								اللغة العربية (١)	عام ١٠٠
								اللغة العربية (٢)	عام ١٠١
								اللغة الأجنبية (١)	عام ١٠٢
								اللغة الأجنبية (٢)	عام ١٠٣
								المدخل إلى الصحافة	علم ١٠٠
								المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون	علم ١٠١
								المدخل النفسي للإعلام	عام ١٠٤
								مبادئ علم السياسة	عام ١٠٥
								المدخل الاجتماعي للإعلام	عام ١٠٦
								تاريخ مصر الحديث والمعاصر	عام ١٠٧

الأهداف العامة للبرنامج								المقررات الدراسية	كود المقرر
٨/١	٧/١	٦/١	٥/١	٤/١	٣/١	٢/١	١/١		
								تاريخ العالم الحديث	عام ١٠٨
								الجغرافيا السياسية	عام ١٠٩
								تطبيقات الحاسب الآلي في مجال الإعلام	عام ٢٠١
								الاتصال الشخصي	عام ٢٠٢
								مناهج البحث الإعلامي	عام ٢٠٣
								نشأة وسائل الاتصال	عام ٢٠٤
								الرأي العام	عام ٢٠٥
								الإعلام والمجتمع	عام ٢٠٦
								الإعلام الدولي	عام ٣٠١
								نظريات الإعلام	عام ٣٠٢
								أخلاقيات الإعلام وتشريعاته	عام ٤٠١
								الإعلام والتغير الاجتماعي	عام ٤٠٢
								مبادئ الاقتصاد	عام ١١٠
								القانون الدولي	عام ١١١
								أسس الإدارة	عام ١١٢
								الإعلام العلمي	عام ١١٣
								الصحافة الإلكترونية	صف ٣٠٤
								الحملات الصحفية	صف ٣١٠
								النقد والتذوق الفني	ذاع ٢٠٥
								النشر الصحفي	صف ٢٠٥

الأهداف العامة للبرنامج								المقررات الدراسية	كود المقرر
٨/١	٧/١	٦/١	٥/١	٤/١	٣/١	٢/١	١/١		
								ذاع٤٠٧	الحملات الإعلامية في الإذاعة
								ذاع٤١٠	الإعلام الدولي في الإذاعة
									المدخل إلى الموسيقى
									المدخل إلى الفنون التشكيلية
									المدخل إلى الفنون المسرحية
									الإرشاد السياحي
									الجغرافيا والرسوم المتحركة

رئيس مجلس القسم العلمي: أ. د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد

المعايير الأكاديمية												
المهارات الذهنية							المهارات الذهنية المختلفة					نواتج التعلم المستهدفة - ببرنامج العلاقات العامة
٧-٣	٦-٣	٥-٣	٤-٣	٣-٣	٢-٣	١-٣	٥-٤	٤-٤	٣-٤	٢-٤	١-٤	
												١-ب
												٢-ب
												٣-ب
												٤-ب
												٥-ب

المهارات
الذهنية

المعايير الأكاديمية						
المهارات العامة				نواتج التعلم المستهدفة ببرنامج العلاقات		
					١-د	المهارات العامة والمنفولة
					٢-د	
					٣-د	
					٤-د	
					٥-د	
					٦-د	

رئيس القسم: أ.د. داليا عبد الله

منسق البرنامج: د. ماريان مراد



توصيف مقررات برنامج العلاقات العامة والاعلان



توصيف مقرر دراسي

جامعة : القاهرة

كلية : الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

١- بيانات المقرر:		
الرمز الكودي: PRA201	اسم المقرر: الاتصالات التسويقية	الفرقة/ المستوى: الثاني
التخصص: العلاقات العامة والإعلان	عدد الوحدات الدراسية: نظري: ٣	عملي: - -

بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على:		٢- هدف المقرر:
١- شرح تطور مفهوم التسويق ٢- فهم أهمية بحوث السوق وطرق القيام بها. ٣- تحليل القوى البيئية المختلفة ومعرفة مراحل التعامل معها. ٤- تطبيق وكتابة تقرير عن كيفية تأثير الشركات العاملة في مصر بالقوى أو المتغيرات البيئية المختلفة. ٤- شرح مفهوم تجزئة السوق ٥- تطبيق تقسيم السوق وفقاً للمعايير المختلفة (السمات الديموجرافية-العوامل الجغرافية-الأسس السلوكية) ٦- التخطيط للمزيج التسويقي (المنتج- التسعير- التوزيع- الترويج) لشركات منتهورة في السوق ٧- مناقشة مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة وخصائصه ٨- المقارنة بين المزايا والعيوب الخاصة بمدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة ٩- وصف المشاركين في عملية الاتصالات التسويقية المتكاملة ١٠- وصف الفرص والتحديات المرتبطة بالإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي.		
٣- المستهدف من تدريس المقرر:	المعايير الأكاديمية المرجعية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان
أ- المعلومات والمفاهيم:	١/ يذكر المفاهيم الخاصة بالاتصالات التسويقية (الاتصال - التسويق - التكامل - المزيج التسويقي - منافع التسويق - تجزئة السوق ... وغير ذلك). ٢/ يصف مراحل تطور مفهوم التسويق.	١-٥ . ٩/أ



٦/أ	٤-١، ١-٢ ٢-١	أ/٣ يصف متغيرات البيئة التسويقية السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتنافسية والتكنولوجية التي تؤثر في عمل المنظمات والشركات. أ/٤ - يتعرف على خطوات إجراء بحث سوق وفقاً لأهداف تسويقية مختلفة. أ/٥ يتعرف على نشأة الإعلان الرقمي ووسائله وتطوره. أ/٦ يذكر أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق للمنتجات.	
١١/أ	١٣-١		
٢١/أ			
٦/أ	١٤-١، ٣-١		
١٥/ب	٤-٣ الخاصة بالخريج ٦-٣ الخاصة بالخريج	بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على: ب/١ تصميم أداة لجمع البيانات في بحث للسوق وفقاً للأهداف التسويقية المختلفة. ب/٢ تحليل المفاهيم الأساسية الخاصة بالأرقام والاحصاءات عند عرض نتائج لدراسات وبحوث سوق. ب/٣ التخطيط لإجراء بحث سوق. ب/٤ تحليل عناصر البيئة التسويقية الداخلية والخارجية بمختلف عناصرها وتأثيرها على الجمهور المستهدف. ب/٥ تقييم فعالية بعض الحملات التسويقية كدراسات حالة في ضوء مراعاتها للمتغيرات البيئية وخصائص الجمهور المستهدف وسمات المنتج المعن عنه، ومدى ملاءمة الاستراتيجية التسعيرية، و استراتيجية التوزيع و استراتيجية تجزئة السوق وفق تطبيقات أو دراسات حالة معينة. ب/٦ نقد وتقييم الممارسات التسويقية و الإعلانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء المعايير الأخلاقية. ب/٧ يناقش كيفية توظيف بعض المنظمات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق	ب- المهارات الذهنية:
٣/ب ٨/ب، ٢/ب	٨-٣ بالبرنامج ١-٣ بالبرنامج		
١/ب	٩-٣ في كل من المهارات الذهنية بمواصفات الخريج عموماً وبرنامج العلاقات العامة		



متمتجاتهم.	٧-٣ الخاصة بالخريج	
ج- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:	٧-٤، ٧-٢، ١-٢، ٧-٢	ج/١- إعداد وتنفيذ طرق جمع المعلومات عن المنظمات وعن جماهيرها المختلفة. ج/٢- تحليل الرسائل الاعلانية لمنظمة ما وبحث مدى تكاملها وكذلك تحليل رسائل منافسيها. ج/٣- كتابة تقرير عن التحليل البيئي الرباعي لمنظمة ما. ج/٤- إعداد خطة تسويقية لتطوير منتج ما. ج/٥- كتابة وعرض تقرير عن أهم العوامل البيئية المؤثرة على منظمة ما. ج/٦- نقد الأداء الإعلاني في وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء المعايير الأخلاقية والمهنية. ج/٧- التعامل مع بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق .
د- المهارات العامة:	٨-٤	د/١- التعامل بكفاءة من الحاسب الإلكتروني وبرامجه المختلفة والدخول على المنصة التعليمية البلاكبود د/٢- يستخدم الانترنت في جمع معلومات عن المنظمات د/٣- يفكر بشكل نقدي د/٤- يناقش أو يعرض محاضرة أو تقرير عن أحد الأنشطة التسويقية د/٥- يناقش ويقارن كل جديد في مجال التسويق د/٦- عضو في فريق. د/٧- إدارة الوقت د/٨- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ونقد أدائها كوسيلة تسويقية وإعلانية



٤ - محتوى المقرر

الأسبوع	المحتوى	عدد الساعات
١	مفهوم التسويق والفرق بينه وبين البيع ومراحل تطوره.	٣
٢	مفهوم بحوث السوق وأنواعه وأدوات جمع البيانات الكمية والكيفية.	٣
٣	خطوات الإعداد لبحوث السوق وحالات تطبيقية.	٣
٤	مفهوم البيئة التسويقية وطرق الاستجابة لها وعناصرها، وأنواع المزيج التسويقي ومنافع التسويق	٣
٥	القرارات المتعلقة بالمنتج (المفهوم-دورة حياته المنتج- الاسم التجارى والعلامة التجارية)	٣
٦	مراحل تطوير المنتجات+ تطبيقات عملية	٣
٧	اختبار منتصف الفصل الدراسى	١
٨	مفهوم التسعير واستراتيجياته المختلفة + تطبيقات عملية، ومفهوم التوزيع واستراتيجياته المختلفة + تطبيقات عملية	٣
٩	مفهوم تجزئة السوق ومعايير تقسيمه + تطبيقات عملية	٣
١٠	مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة وسمات هذا المدخل + تطبيقات عملية .	٣
١١	مزايا وعيوب هذا المدخل والمشاركين فيه + تطبيقات عملية	٣
١٢	- نشأة الإعلان الرقوى وتطوره	٣
١٣	الفرص والتحديات الخاصة بالإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعى.	٣
١٤	نبذة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى التسويق والإعلان + تطبيقات عملية.	٣
١٥	اختبار نهاية الفصل الدراسى	٢
١/٥ المحاضرة (التعليم المباشر). ٢/٥ المناقشة. ٣/٥ دراسات حالة من خلال عرض حملات تسويقية وتبادل الآراء والتعامل مع الطلاب. ٤/٥ تقسيم الطلاب إلى فرق عمل (التعلم التعاونى). ٥/٥ التعلم الذاتى عن طريق البحث عبر الإنترنت والبحث داخل المكتبة وتلخيص ما اطلع عليه والاستعانة بما قرأ أثناء المناقشات. ٦/٥ العصف الذهنى.		٥ - أساليب التعليم والتعلم:



<p>٧/٥ عروض تقديمية.</p> <p>٨/٥ حل المشكلات عن طريق اقتراح عناصر خطة تسويقية لتطوير منتج ما.</p> <p>٩/٥ التعليم الإلكتروني من خلال منصة البلاكبودر والمحاضرات التفاعلية عبر المنصة.</p>	
<p>لا تقبل الكلية الطلاب الذين لديهم حالات تأخر عقلي أو ذهني ولكن يتم قبول فاقدي البصر وفي هذه الحالة يتم ما يلي:</p> <p>١/٦- توفير المحتوى الدراسي على CD في صورة Word سهولة تحويلها بطريقة برايل (طلاب أكفاء)</p> <p>٢/٦ وفي الاختبارات يقوم الطالب بنفسه بكتابة الامتحان من خلال أجهزة كمبيوتر خاصة متوفرة بقاعة طه حسين بالمكتبة المركزية، ويتم تدريب الطلاب على هذه الأجهزة قبل أداء الامتحان.</p>	<p>٦- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة:</p>
<p>٧- تقويم الطلاب:</p>	
<p>١/٧-١ الاختبار التحريري لمنتصف الفصل الدراسي.</p> <p>٢/٧-٢ التكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب على البحث والتقصي</p> <p>٣/٧-٣ المناقشة والمشاركة والملاحظة لسلوك وأداء الطلاب في المحاضرة</p> <p>٤/٧-٤ اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي</p>	<p>أ- الأساليب المستخدمة:</p>
<p>- اختبار المنتصف (الأسبوع السادس أو السابع)</p> <p>- التكاليف (تكليف ١): الأسبوع الخامس والسادس، (تكليف ٢): الأسبوع الجادى عشر والثانى عشر بالإضافة إلى تكاليف لأعمال جماعية أثناء المحاضرة.</p> <p>- اختبار نهاية الفصل الدراسي: الأسبوع السادس عشر أو حسب توقيت المجلس الأعلى للجامعات.</p>	<p>ب- التوقيت:</p>
<p>- اختبار المنتصف ٢٠%</p> <p>- أعمال السنة (تكاليف+مشاركة+حضور+عروض إن أمكن لكل مجموعة) ٣٠%</p> <p>- اختبار تحريري نهاية الفصل الدراسي ٥٠%</p>	<p>ج- توزيع الدرجات</p>
<p>٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:</p>	
<p>-</p>	<p>أ- مذكرات:</p>
<p>سامى عبد العزيز، "الاتصالات التسويقية المتكاملة"، (القاهرة: دار النهضة المصرية، ٢٠١٥).</p>	<p>ب- كتب ملزمة:</p>
<p>- طلعت أسعد، (٢٠٠٩)، "الاتصالات التسويقية المتكاملة"، (القاهرة: دار النهضة العربية).</p> <p>- شيماء سالم، (٢٠١٣)، "الاتصالات التسويقية المتكاملة". (الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة)</p> <p>- كولز، ليندا، (٢٠١٦)، " التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع).</p> <p>ج- كتب مقترحة:</p> <p>- Moran, M. & Hunt, B. (2015), " Search Engine Marketing, Inc.: Driving Search Traffic to your Company's Website", (USA: IBM Press).</p> <p>- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M. & Brennan, R., (2015), " Marketing: An Introduction", 3rd. Ed.,(USA: Pearson Education)</p> <p>- Mullin, R., (2018), 'Promotional Marketing', 2nd.Ed., (UK: Routledge)</p>	



– Hanlon, A., (2019), 'Digital Marketing: Strategic Planning & Integration', (UK: Sage Publication).	
<p style="text-align: center;">Journal of Interactive Marketing Journal of Marketing Research</p> <p style="text-align: center;">المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.</p>	<p style="text-align: center;">د- دوريات علمية أو نشرات إلخ...</p>

أستاذ المقرر : أ.د. داليا محمد عبد الله محمود

ويشاركه في التدريس: د. إيمان أسامة

رئيس مجلس القسم العلمي : أ.د. داليا محمد عبد الله



الاتصالات التسويقية	مسمى المقرر
PRA201	كود المقرر

جامعة : القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

(أ) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر الدراسي

المهارات العامة								المهارات العملية					المهارات الذهنية					المهارات المعرفية					اسبوع الدراسة	المحتويات للمقرر				
/د	/د	/د	/د	/د	/د	/د	/د	/ج	/ج	/ج	/ج	/ج	/ج	/ب	/ب	/ب	/ب	ب	ب	ب	ب	أ			أ	أ	أ	أ
٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٧	٦	٥	٤	٣/	/	/	/	/	/	/	/	١	
					√	√	√																			√	√	مفهوم التسويق والفرق بينه وبين البيع ومراحل تطوره.
	√	√			√		√							√						√	√						√	مفهوم بحوث السوق وأنواعه وأدوات جمع البيانات الكمية والكيفية.
	√	√			√	√	√					√		√					√	√	√			√			√	خطوات الإعداد لبحوث السوق وحالات تطبيقية.



✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓			✓	✓							✓	✓	الرابع	مفهوم البيئة التسويقية وطرق الاستجابة لها وعناصرها، وأنواع المزيج التسويقي، ومنافع القرارات المتعلقة بالمنتج (المفهوم- دورة حياته المنتج- الاسم التجاري والعلامة التجارية)		
			✓	✓	✓	✓				✓					✓										✓	الخامس	مراحل تطوير المنتجات+ تطبيقات عملية	
	✓	✓					✓			✓					✓	✓									✓	السادس	اختبار منتصف الفصل الدراسي	
	✓				✓				✓								✓	✓					✓	✓	✓	✓	السابع	مفهوم التسعير واستراتيجياته المختلفة + تطبيقات عملية، ومفهوم التوزيع واستراتيجياته المختلفة
					✓	✓	✓			✓					✓											✓	الثامن	مفهوم تجزئة السوق ومعايير تقسيمه + تطبيقات عملية
	✓	✓	✓	✓	✓		✓				✓				✓											✓	التاسع	مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة
	✓	✓	✓	✓	✓		✓				✓				✓											✓	العاشر	وسمات هذا المدخل +



✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						✓										✓	الحادى عشر	مزاييا و عيوب هذا المدخل والمشاركون فيه + تطبيقات عملية				
✓			✓	✓	✓	✓		✓						✓								✓		الثانى عشر	نشأة الإعلان الرقمية وتطوره			
✓			✓	✓	✓	✓		✓						✓								✓		الثالث عشر	الفرص والتحديات الخاصة بالإعلان عبر وسائل التواصل			
			✓	✓	✓	✓	✓	✓						✓								✓		الرابع عشر	نبذة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى التسويق والإعلان + تطبيقات عملية.			
	✓			✓	✓					✓	✓	✓		✓		✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الخامس عشر	اختبار نهاية الفصل الدراسى

رئيس مجلس القسم: أ.د. داليا محمد عبد الله

أستاذ المادة: أ.د.داليا محمد عبد الله + د. إيمان أسامة

اسم المقرر: الاتصالات التسويقية

جامعة : القاهرة



كود المادة: PRA201



كلية : الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أنماط التعليم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة								المهارات العملية							المهارات الذهنية							المهارات المعرفية						أنماط التعليم
/د	/د	/د	/د	/د	/د	/د	/د	/ج	/ج	/ج	/ج	/ج	/ج	/ب	/ب	/ب	/ب	ب	ب	ب	ب	أ	أ	أ	أ	أ	أ	
٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٦	٥	٤	٣	٢	١	
																						√	√	√	√	√	√	
			√	√	√				√			√	√		√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	
√			√	√							√	√	√				√	√		√							√	
	√	√									√		√		√	√	√	√	√									
√						√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			√			
√					√			√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			√			
	√	√			√				√	√	√	√	√	√			√	√	√	√	√							
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

منسق المقرر: أ.د. داليا محمد عبدالله ويشاركها في التدريس د. إيمان أسامة

توقيع رئيس القسم: أ.د. داليا محمد عبدالله



اسم المقرر: الاتصالات التسويقية
كود المادة: PRA201

جامعة : القاهرة
كلية : الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أساليب التقييم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة								المهارات العملية							المهارات الذهنية							المهارات المعرفية							أنماط التعليم
/د	/د	/د	/د	/د	/د	/د	/د	/ج	/ج	/ج	/ج	/ج	/ج	/ب	/ب	/ب	/ب	ب	ب	ب	ب	أ	أ	أ	أ	أ	أ		
٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٦	٥	٤	٣	٢	١		
√			√	√	√		√	√	√		√	√	√		√	√	√			√	√	√	√	√	√	√	√	المشاركة والمناقشة في المحاضرة	
	√				√					√								√	√				√	√	√	√	√	الاختبار التحريري في المنتصف	
	√			√	√					√	√	√			√		√				√	√	√	√	√	√	√	الاختبار التحريري في نهاية الفصل الدراسي	
√	√	√	√	√	√	√	√			√		√		√			√	√		√								التكليفات الدراسية	

منسق المقرر: أ.د. داليا محمد عبدالله ويشاركها في التدريس د. إيمان أسامة

توقيع رئيس القسم: أ.د. داليا محمد عبدالله



توصيف مقرر دراسي

جامعة : القاهرة

كلية : الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

٢- بيانات المقرر:		
الفرقة/ المستوى: الثاني	اسم المقرر: مادة إعلامية بلغة أجنبية ١	الرمز الكودي: PRA202
	عدد الوحدات الدراسية: نظري: ٣ / عملي: - -	التخصص: العلاقات العامة والإعلان

At the end of this course the student will be able to:

- 1-Understand the concepts of public relations, advertising, marketing and advertising campaigns.
- 2-Distinguish between the concepts of public relations and advertising, advertising campaigns and Single ad, marketing and advertising.
- 3-Know the nature and position of public relations and advertising within the promotional mix, and the marketing mix. and their respective functions.
- 4-Identify the stages and steps of building advertising campaigns.
- 5-Create successful public relations campaigns.
- 6-The use of all internationally recognized abbreviations in the field of marketing and public relations in particular, and communication in general.

٢- هدف المقرر:



نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان	المعايير الأكاديمية المرجعية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	المستهدف من تدريس المقرر:	
١/أ	١-١	At the end of this course the student will be able to: 1- Mention the concepts of public relations, /أ/ advertising, advertising campaigns and marketing, in English. 2- Describe the characteristics of public /أ/ relations and advertising. 3- Recognize the stages of preparing and /أ/ planning advertising campaigns. 4- Recognize the stages of building a /أ/ successful public relations campaign. Recognize the methods and origins -٥/أ/ of media translation and media terminology in a foreign language.	٥- المعلومات والمفاهيم:
٣/أ	٢-١		
٣/أ	٢-١		
١٧/أ			
٧/ب	٥-٣	After completing this course the student will be able to: 1- Distinguish between the functions of /ب/ public relations and advertising and their position within the company's promotional mix. 2- presents other differences between /ب/ public relations and advertising other than those taught in the course. 3- Analyzing advertising campaigns and /ب/ discussing their results. 4- Distinguish between media terms, right /ب/ and wrong, in translation texts related to public relations and advertising, and in linguistic methods in Arabic and foreign languages.	٥- المهارات الذهنية:
١٢/ب			



٢/ج	٢-٢	At the end of this course the student will be able to:	ز- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:
٢/ج	٢-٢	1- Write a plan for an advertising /ج campaign.	
٩/ج		2- Write a plan for a public relations /ج campaign. 3- apply the stages of implementing /ج advertising campaigns. 4- Function general guidelines to build /ج effective public relations campaigns. Translates specialized media texts -٥/ج in the fields of marketing, public relations and advertising	
١/د	٢-٥	At the end of this course the student will be able to:	ح- المهارات العامة:
٢/د	١-٥	/1 Dealing efficiently with the computer and its various programs and accessing the Blackboard educational platform	
٦/د	٥-٥	/2 The Internet is used to collect information about organizations	
٧/د		/3- Think critically	
٧/د		/4- Discuss or present a lecture or a report on The differences between Public relations and Advertising.	
٧/د		/5- Discuss and compares everything new in the field of marketing	
٤/د	٣-٥	/6 Work as a team member.	
٨/د	٥-٥	/7 Time management	
١٠/د	٥-٥	/8 Using social media and criticizing its performance as a marketing and advertising method - from other language. 9-Translate into/د	



٥/د	٤-٥		
-----	-----	--	--

٤- محتوى المقرر

عدد الساعات	المحتوى	الأسبوع
٣	Introduction to main concepts.	١
٣	The differences between Public relations and Advertising. Present Case studies.	٢
٣	The Students introduce more differences between public relations and advertising through presentation show. A discussion for students work.	٣
٣	Advertising Campaigns: The definitions of advertising campaigns. The Characteristics of advertising campaigns. The differences between Advertising campaigns and Single ads.	٤
٣	Marketing VS Advertising: Concepts and definitions. The differences between Marketing and Advertising. Show case studies.	٥
٣	Revision pre Midterm Exam.	٦
١	Midterm Exam.	٧
٣	Introduction to Advertising campaigns stages.	٨
٣	The steps of advertising campaigns: Market research. Budgeting. Setting goals. Advertising channel.	٩
٣	Resume the steps of advertising campaigns:	١٠



	Choosing creatives. Design and wording. Placing the ad. The evaluation.	
٣	Introduction to Public relations campaigns: What is the importance of PR? Media Relations and Publicity Special Event Planning Public Interest and Image Building Increase Sales Build Credibility Forge a Customer Relationship Penetrate New Markets Attract Investors	١١
٣	Essential Elements to Consider for a Successful PR Campaign: Audience or Publics Goals of your campaign Medium of communication Framework of your campaign Activities Phrasing of the message	١٢
٣	Tips for Creating a Successful Campaign.	١٣
٣	Revision.	١٤
٢	Final Exam.	١٥
	١/٥ المحاضرة (التعليم المباشر). ٢/٥ المناقشة. ٣/٥ عروض تقديمية (كعرض أفلام أو حملات إعلانية أو دراسة حالة). ٤/٥ تقسيم الطلاب لفرق عمل (التعلم التعاوني). ٥/٥ العصف الذهني.	٥- أساليب التعليم والتعلم:
	لا تقبل الكلية الطلاب الذين لديهم حالات تأخر عقلي أو ذهني ولكن يتم قبول فاقدي البصر وفي هذه الحالة يتم ما يلي:	٦- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي



القدرات المحدودة:	١/٦- توفير المحتوى الدراسي على CD في صورة Word سهولة تحويلها بطريقة برايل (طلاب أكفاء) ٢/٦ وفي الاختبارات يقوم الطالب بنفسه بكتابة الامتحان من خلال أجهزة كمبيوتر خاصة متوفرة بقاعة طه حسين بالمكتبة المركزية، ويتم تدريب الطلاب على هذه الأجهزة قبل أداء الامتحان.
٧- تقويم الطلاب:	
د- الأساليب المستخدمة:	١/٧- الاختبار التحريري سواء المنتصف أو نهاية الفصل.. ٢/٧- التكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب على البحث والتقصي ٣/٧- المناقشة والمشاركة والملاحظة لسلوك وأداء الطلاب في المحاضرة
هـ- التوقيت:	- اختبار المنتصف (الأسبوع السادس أو السابع) - التكاليف (تكليف ١): الأسبوع الخامس والسادس، (تكليف ٢): الأسبوع الجدي عشر والثاني عشر بالإضافة إلى تكاليف لأعمال جماعية أثناء المحاضرة. - اختبار نهاية الفصل الدراسي: الأسبوع السادس عشر أو حسب توقيت المجلس الأعلى للجامعات.
و- توزيع الدرجات	- اختبار المنتصف ٢٠% - أعمال السنة (تكليف+مشاركة+حضور+عروض إن أمكن لكل مجموعة) ٣٠% - اختبار تحريري نهاية الفصل الدراسي ٥٠%
٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:	
هـ- مذكرات:	العرض التقديمي للمادة من إعداد أستاذ المقرر -
و- كتب ملزمة:	
ز- كتب مقترحة:	"How to produce successful advertising: a guide to Strategy, planning targeting author: ad farbey, publisher: kagan page, uk, 3rd.,2007.)
ح- دوريات علمية أو نشرات... إلخ	Journal of advertising research Public relations review Journal of advertising

رئيس مجلس القسم العلمي : أ.د. داليا محمد عبد الله

أستاذ المقرر : د. إنجي كاظم مصطفى



نموذج رقم (١١)

جامعة : القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

(أ) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر الدراسي

مسمى المقرر	مادة اعلامية باللغة الأجنبية (١)
كود المقرر	Pra202

المحتويات للمقرر																									
اسوع الادرسة																									
مهارات عامة			مهارات مهنية			مهارات اذهنية			مهارات معرفية																
٩د	٨د	٧د	٦د	٥د	٤د	٣د	٢د	١د	٥ج	٤ج	٣ج	٢ج	١ج	٤ب	٣ب	٢ب	١ب	٥ا	٤ا	٣ا	٢ا	١ا			
																								الاول	
																									الثاني
																									الثالث
																									الرابع
																									الخامس
																									السادس
																									السابع
																									الثامن
																									التاسع
																									العاشر
																									الحادي عشر
																									الثاني عشر
																									الثالث عشر
																									الرابع عشر
																									الخامس عشر

رئيس مجلس القسم: أ.د. داليا محمد عبد الله

أستاذ المادة: د. إنجي كاظم



اسم المقرر: مادة اعلامية باللغة الاجنبية (١)
كود المادة: pra 202

جامعة: القاهرة
كلية: الإعلام
قسم: العلاقات العامة والاعلان

العلاقة بين أنماط التعليم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة والمنقولة									مهارات مهنية				مهارات ذهنية				مهارات معرفية					المهارات المستهدفة	أنماط التعليم	
٩د	٨د	٧د	٦د	٥د	٤د	٣د	٢د	١د	٥ج	٤ج	٣ج	٢ج	١ج	٤ب	٣ب	٢ب	١ب	٥أ	٤أ	٣أ	٢أ	١أ		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		المحاضرة
				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				المناقشة
																								العروض التقديمية (كعروض أفلام أو حملات إعلانية أو دراسة حالة)
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		تقسيم الطلاب لفوق عمل
									<input type="checkbox"/>										<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		العصف الذهني

توقيع رئيس القسم : أ.د/ داليا محمد عبد الله

توقيع منسق المقرر: د.إنجي كاظم



جامعة: القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

اسم المقرر: مادة اعلامية باللغة الاجنبية (1)

كود المادة: pra 202

العلاقة بين أساليب التقييم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة والمذكولة									مهارات مهنية				مهارات ذهنية				مهارات معرفية					المهارات المستهدفة	أساليب التقييم
٩د	٨د	٧د	٦د	٥د	٤د	٣د	٢د	١د	٥ج	٤ج	٣ج	٢ج	١ج	٤ب	٣ب	٢ب	١ب	٥أ	٤أ	٣أ	٢أ	١أ	
		<input type="checkbox"/>									<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	اختبارات تحريرية سواء المنتصف أو نهاية الفصل					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			التكاليف الدراسية
				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المناقشة والمشاركة في المحاضرة

توقيع رئيس القسم : أ.د/ داليا محمد عبد الله

توقيع منسق المقرر: د.إنجي كاظم



توصيف مقرر دراسي

جامعة : القاهرة

كلية : الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

٣- بيانات المقرر:		
الرمز الكودي: PRA203	اسم المقرر: ترجمة إعلامية ١	الفرقة/ المستوى: الثاني
التخصص: العلاقات العامة والإعلان	عدد الوحدات الدراسية: 3 نظري: 1	/ عملي: 2

		٤- هدف المقرر:	بعد الانتهاء من الفصل الدراسي يكون الطالب قادراً على: ١- استيعاب المهارات المعرفية الخاصة بفهم أصول الترجمة الإعلامية. ٢- التعرف على مصطلحات إعلامية متخصصة. ٣- تحليل وترجمة النصوص الخبرية. ٤- ترجمة مقالات وكتابة تقرير عنها. ٥- إنتاج مواد إعلامية بلغة أجنبية مترجمة من و إلى اللغة الإنجليزية.
٣- المستهدف من تدريس المقرر:		المعايير الأكاديمية المرجعية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان
١٧١أ	٢-١ بالخريج عموماً	١١أ التعرف على نظريات الترجمة	ط- المعلومات والمفاهيم:
١٧١أ	٢-٢ بالخريج عموماً	٢١أ التعرف على أصول وطرق الترجمة المختلفة	
١٧١أ		٣١أ تذكر المصطلحات الخبرية الأجنبية الأكثر شيوعاً	
١٧١أ	٢-٢ بالخريج عموماً، ٤-١ بالبرنامج.	٤١أ التعرف على أنواع النصوص الخبرية في مجال العلاقات العامة والإعلان، وترجمتها.	
١٧١أ	٢-٢ بالخريج عموماً، ٤-١ بالبرنامج	٥أه التعرف على أنواع العناوين الخبرية في مجال العلاقات العامة والإعلان، وترجمتها.	
١٢١ب		١١ب تحليل النصوص الخبرية .	ي- المهارات الذهنية:
١٢١ب		٢١ب التمييز بين العناوين والقصص الخبرية.	
١٢ / ب		٣١ب مناقشة الترجمة الخبرية.	



ج ٩١ ج ٩١ ج ٩/ ج ٢١ ، ج ٣١	٢-٢ بالبرنامج ٢-٣ ، ٢-٥ بالبرنامج	ج ١١ مقارنة الترجمات المختلفة. ج ٢١ تقييم الترجمات الخبرية المختلفة. ج ٣١ التطبيق بترجمة نصوص خبرية من اللغة الإنجليزية لغة العربية. ج ٤١ التطبيق من خلال إنتاج مواد إعلامية مترجمة باللغة الإنجليزية في تخصص العلاقات العامة والإعلان .	ك- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:
د ٤١ د ٢١ ، د ٥١	٤-٥ ٢-٥ ، ٦-٥	د ١١ العمل في فريق جماعي د ٢١ استخدام الانترنت في البحث عن الأخبار والاحداث الجارية وترجمتها	ل- المهارات العامة:

الاسبوع	محتوى المقرر	ساعات التدريس
١	مقدمة في فن الترجمة	٣
٢	نظريات الترجمة	٣
٣	طرق واليات الترجمة المختلفة	٣
٤	التعرف على المصطلحات الخبرية الاكثر شيوعا	٣
٥	ترجمة العناوين الخبرية	٣
٦	ترجمة العناوين الخبرية ٢	١
٧	امتحان المنتصف	٣
٨	ترجمة العناوين الخبرية ٣	٣
٩	ترجمة القصص الخبرية	٣
١٠	ترجمة القصص الخبرية	٣
١١	إنتاج مواد إعلامية مترجمة	٣

٤- محتوى المقرر:



		باللغة الإنجليزية		
		٣	تطبيقات	١٢
		٣	تطبيقات	١٣
		٣	مراجعة	١٤
		٢	امتحان نهاية الفصل الدراسي	١٥
			١١٥ المحاضرة	
			٢١٥ المناقشة	
			٣١٥ عروض تقديمية	
			٤١٥ تقسيم الطلاب لفرق عمل	
			٥١٥ التعلم الإلكتروني من خلال منصة البلاك بورد	
			٦١٥ التعلم الذاتي من خلال انشاء والبحث عن أفكار لانتاج مواد إعلامية مترجمة من اللغة الإنجليزية .	
			٦ لا تقبل الكلية الطلاب الذين لديهم حالات تأخر عقلي أو ذهني ولكن يتم قبول فاقدي البصر وفي هذه الحالة يتم ما يلي:	
			١/٦- توفير المحتوى الدراسي على CD في صورة Word	
			لسهولة تحويلها بطريقة برايل (طلاب أكفاء)	
			٢/٦ وفي الاختبارات يقوم الطالب بنفسه بكتابة الامتحان من خلال أجهزة كمبيوتر خاصة متوفرة بقاعة طه حسين بالمكتبة المركزية، ويتم تدريب الطلاب على هذه الأجهزة قبل أداء الامتحان	
				٧- تقويم الطلاب:
			١١١٧٧ الاختبار التحريري لمنتصف الفصل الدراسي	
			٢١١٧٧ التكاليف الدراسية	
			٣١١٧٧ المناقشة والمشاركة	
			٤١١٧٧ اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي	
				ز- الأساليب المستخدمة:
			١- الاسوع السادس والسابع امتحان المنتصف	
			٢- الاسوع الخامس التكليف الاول ، الاسوع الثاني عشر والثالث عشر التكليف الثاني والعروض التقديمية .	
				ح- التوقيت:
				ط- توزيع الدرجات
			النسبة	التقييم
			٢٠%	اختبار المنتصف
			التوقيت	الاسبوع السادس



		الاسبوع الرابع والثامن	الاسبوع الرابع والثامن	اعمال السنة والمشاركة
		%٣٠		
		%٥٠	الاسبوع ١٣	الاختبار النهائي
		%١٠٠		المجموع
٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:				
		مذكرات تدريبات الترجمة الاعلامية ، د.حنان جنيد		ط- مذكرات:
				ي- كتب ملزمة:
		1-Found in Translation: How Language Shape Our Lives and Transforms the World by Nataly Kelly (Goodreads Author), 2012		ك- كتب مقترحة:
		المواقع الخبرية www.egyptdailynews.com https://www.egypttoday.com/Section/News/1 https://www.bbc.com		ل- دوريات علمية أو نشرات إلخ...

أستاذ المادة : أ.د. حنان جنيد - د. حياة بدر - د. هبة مرسي
رئيس مجلس القسم العلمي : أ.د. داليا عبدالله



جامعة : القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والاعلان

الترجمة الاعلامية ١	مسمى المقرر
PRA203	كود المقرر

(أ) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر الدراسي

مهارات عامة		مهارات مهنية				مهارات ذهنية			مهارات معرفية				اسبوع الدراسة	المحتويات للمقرر	
٢د	١د	٤ج	٣ج	٢ج	١ج	٣ب	٢ب	١ب	١٥	١٤	٣١	٢١			١١
													✓	الأول	مقدمة في فن الترجمة
													✓	الثاني	نظريات الترجمة
					✓						✓			الثالث	طرق واليات للترجمة المختلفة
				✓							✓			الرابع	التعرف على المصطلحات الخيرية الاكثر شيوعا
✓	✓		✓					✓		✓				الخامس	ترجمة العناوين الخيرية
														السادس	امتحان المنتصف
✓	✓	✓	✓				✓	✓		✓				السابع	ترجمة العناوين الخيرية ٢
✓	✓	✓	✓				✓	✓		✓				الثامن	ترجمة العناوين الخيرية ٣
✓	✓	✓	✓		✓			✓	✓					التاسع	ترجمة القصص الخيرية ١
✓	✓		✓					✓	✓					العاشر	ترجمة القصص الخيرية ٢



✓	✓	✓				✓	✓						الحادى عشر	إنتاج مواد إعلامية مترجمة باللغة
✓	✓		✓	✓		✓	✓						الثانى عشر	تطبيقات
✓	✓						✓						الثالث عشر	تطبيقات وعروض
						✓	✓	✓		✓	✓		الرابع عشر	مراجعة عامة

رئيس المجلس العلمى للقسم : أ.د. داليا عبدالله

استاذ المادة: أ.د. حنان جنيد - د. حياة بدر



اسم المقرر: الترجمة الإعلامية ١
كود المادة: PRA203

جامعة : القاهرة
كلية : الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أنماط التعليم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة والمنقولة		المهارات المهنية				المهارات الذهنية			مهارات المعرفة والفهم					المهارات المستهدفة
٢/د	١/د	٤/ج	٣/ج	٢/ج	١/ج	٣/ب	٢/ب	١/ب	٥/أ	٤/أ	٣/أ	٢/أ	١/أ	
			*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	أنماط التعليم
						*	*	*		*	*			المحاضرة
						*					*	*		المناقشة
*	*	*	*	*	*	*								العروض التقديمية (كعرض أفلام أو حملات إعلانية)
*	*			*	*				*					تقسيم طلاب لفرق عمل
*	*		*											التعلم الذاتي
*	*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	التعلم الإلكتروني

توقيع رئيس القسم: أ.د. داليا عبدالله

توقيع منسق المقرر: أ.د. حنان جنيد - د. حياة بدر - د. هبة مرسي



اسم المقرر: الترجمة الإعلامية ١
كود المادة: PRA203

جامعة : القاهرة
كلية : الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أساليب التقييم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة والمنقولة		المهارات المهنية				المهارات الذهنية			مهارات المعرفة والفهم					المهارات المستهدفة
٢/د	١/د	٤/ج	٣/ج	٢/ج	١/ج	٣/ب	٢/ب	١/ب	٥/أ	٤/أ	٣/أ	٢/أ	١/أ	
				*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	أساليب التقييم
														اختبارات تحريرية
*	*	*	*	*	*									أعمال فصلية مثل تكاليفات وعروض
			*	*			*	*						المشاركة في المحاضرة

توقيع رئيس القسم ا.د. داليا عبدالله

توقيع منسق المقرر ا.د. حنان جنيد - د. حياة بدر - د. هبة مرسي



توصيف مقرر دراسي

جامعة : القاهرة

كلية : الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

٥- بيانات المقرر:		
الفرقة/ المستوى: الثاني	اسم المقرر: إدارة العلاقات العامة	الرمز الكودي: PRA 204
عملية: ١ /	عدد الوحدات الدراسية: نظري: 2	التخصص: علاقات عامة وإعلان

بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادرًا علي:

١. شرح أهمية وظائف إدارة العلاقات العامة.
٢. وصف الهياكل التنظيمية لإدارة العلاقات العامة.
٣. فهم أساليب تنظيم العمل في إدارة العلاقات العامة .
٤. شرح مفهوم وكالات العلاقات العامة وأنواعها والمهام التي تقوم بها .
٥. فهم عوامل تطور ونمو عمل وكالات العلاقات العامة والتنظيم الإداري لها.
٦. **شرح مراحل العلاقة بين وكالات العلاقات العامة وعمالها من منظور مفهوم إدارة علاقات المنظمة (OPR) .**
٧. فهم مكونات الصورة الذهنية للمنظمات ، وشرح عملية إدارة تلك الصورة الذهنية .
٨. تحليل العوامل المؤثرة على تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات .
٩. التخطيط لبرنامج صورة ذهنية لأحد المنظمات .
١٠. شرح مفهوم الأزمة وخصائصها وأنواعها.
١١. المقارنة بين الإجراءات التنظيمية والاتصالية للمراحل الخمسة لإدارة الأزمة.
١٢. تطبيق قواعد اتصالات الأزمة على الأزمات التنظيمية المختلفة.
١٣. **التخطيط لاستخدام الأساليب الإلكترونية في إدارة الأزمات التنظيمية.**

٢- هدف

المقرر:



نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان	المعايير الأكاديمية المرجعية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	٣- المستهدف من تدريس المقرر:	
١/أ ٨/أ ١/أ ٦/أ ٢٣/أ ٣/أ ٩/أ ٦/أ	٥-١ ٦-١ ٢-١ ٥-١ بالبرنامج، و٢-٢ بمواصفات الخريج عموماً ١٤-١ ٦-٢ بمواصفات الخريج عموماً ٨-١ ٢-٢ بمواصفات الخريج عموماً، و٥-١ بالبرنامج ٤-١	<p>عقب الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على:</p> <p>١/أ- التعرف على الهياكل التنظيمية لإدارة العلاقات العامة.</p> <p>٢/أ تلخيص سمات المشتغلين بالعلاقات العامة في المنظمات المختلفة.</p> <p>٣/أ- وصف العوامل المؤثرة على عمل وكالات العلاقات العامة .</p> <p>٤/أ- ذكر المفاهيم الخاصة بإدارة علاقات المنظمة (OPR) (الثقة ، والرضا، والالتزام ، والتوازن) .</p> <p>٥/أ- ذكر أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إدارة العلاقة بين وكالات العلاقات العامة وعمالها.</p> <p>٦/أ- التعرف على المراحل الأساسية لتكوين الصورة الذهنية للمنظمات .</p> <p>٧/أ- تحديد خطوات اعداد برنامج صورة ذهنية لمنظمة ما .</p> <p>٨/أ- التعرف على مفهوم الأزمة ومراحل عملية اتصالات إدارة الأزمة.</p> <p>٩/أ- ذكر أهم الوسائل الاتصالية الحديثة المستخدمة في إدارة اتصالات الأزمة.</p>	م- المعلومات والمفاهيم :
١٠/ب ٧/ب ٢/ب ٨/ب ٣/ب ٩/ب	١-٣ بالبرنامج ٩-٣ بالخريج والبرنامج ٥-٣ الخاصة بالخريج وبالبرنامج ٩-٣ خاصة بالبرنامج، و ٧-٣ الخاصة بالخريج ٥-٣ الخاصة بالخريج ٢-٣ الخاصة بالبرنامج ٢-٣ الخاصة بالبرنامج	<p>بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن:-</p> <p>١١- يحلل الهياكل التنظيمية لإدارة العلاقات العامة.</p> <p>٢١- ينقد أساليب إدارة العلاقات العامة داخل المنظمات.</p> <p>٣- يقيم العلاقة بين وكالات العلاقات العامة وعمالها (من حيث تحليل أسباب نجاح واستمرار العلاقة - تحليل أسباب انتهاء العلاقة وفشلها) .</p> <p>٤- يناقش كيفية توظيف المنظمات (وكالات العلاقات العامة) للاتernet ووسائل التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع عملائها.</p> <p>٥- يحلل العوامل المؤثرة على تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة .</p> <p>٦- يخطط لبرنامج صورة ذهنية لأحد المنظمات .</p> <p>٧١- يفرق بين مفهوم الأزمة والقضية وأنواع الأزمات والاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمة.</p>	ن- المهارات الذهنية:



ب/ ٧	٣-٥	ب / ٨ يقيم برامج فعلية لإدارة الأزمات التنظيمية في ضوء مراعاتها لخصائص الجمهور المستهدف والتوقيت والعوامل التنظيمية المرتبطة بالمنظمة.	
ج/ ١٠ ج/ ١٦ ج/ ٦ ج/ ١١ ج/ ٥ ج/ ٨	٢-٢ بالخريج عموماً ٦-٢ بالخريج عموماً ٢-٢ بالخريج عموماً ٤-٢ بالخريج عموماً ١٣-٢	ج/ ١ يصمم ويقيم الهياكل التنظيمية المختلفة لإدرات العلاقات العامة. ج/ ٢- يكتب تقرير عن أهم عوامل نجاح واستمرار العلاقة بين وكالة علاقات عامة ما و أحد عملائها . ج / ٣- ينقد الأداء الاتصالي لوكالات العلاقات العامة مع عملاتها في ضوء المعايير الاخلاقية . ج/ ٤- يكتب وعرض تقرير عن أهم العوامل البيئية والمجتمعية المؤثرة على الصورة الذهنية الحالية لمنظمة ما. ج/ ٥- ينتج برنامج اتصالي لإدارة الصورة الذهنية لمنظمة ما. ج٦- يقرر الإستراتيجيات الإتصالية لإدارة القضايا والأزمات المؤسسية . ج/ ٧- يضع تخطيط اتصالات إدارة الأزمات في وسائل الإعلام الحديثة و التقليدية.	س- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:
د/ ١ د/ ٢ د/ ١٢ د/ ٧ د/ ٧ د/ ٤ د/ ٨	١-٥ ٢-٥ ٨-٥ ٨-٥ ٤-٥ ٩-٥	د/ ١ يتعامل بكفاءة مع الحاسب الإلكتروني وبرامجه المختلفة والدخول على المنصة التعليمية البلاكورد. د/ ٢ يستخدم الانترنت في البحث عن رصد وتعريف الأزمات المجتمعية والتنظيمية وتحليلها. د/ ٣ يفكر بشكل نقدي. د/ ٤ يناقش أو يعرض محاضرة أو تقرير عن أهمية وتطور برامج العلاقات العامة. د/ ٥ يناقش ويقارن كل جديد في مجال العلاقات العامة. د/ ٦ يعمل مع الجماعة بأسلوب الفريق الواحد. د/ ٧ يدير الوقت بكفاءة.	ع- المهارات العامة:
		١/٤ أهمية الوظيفة التنظيمية للعلاقات العامة و شرح وظائف العلاقات العامة . ٢/٤ أساليب إدارة العلاقات العامة و إعداد الهيكل التنظيمي . ٣/٤ أساليب تنظيم العمل بإدارة العلاقات العامة وسمات المشتغلين بها. ٤ /٤ مفهوم وكالات العلاقات العامة ، أنواعها وأنواع عملاتها ، والمهام التي تقوم بها. ٥/٤ التنظيم الإداري لوكالات العلاقات العامة ، وأهم العوامل المؤثرة عليه. ٦/٤ نبذة عن وكالات العلاقات العامة في مصر والدول العربية. ، و مراحل العلاقة بين وكالات العلاقات العامة و عملاتها في ضوء مفهوم إدارة	٥- محتوى المقرر:



<p>علاقات المنظمة .</p> <p>في الاسبوع السابع اختبار المنتصف</p> <p>٨/٤ ماهية الصورة الذهنية للمنظمات وسماتها ومكوناتها.</p> <p>٩/٤ عملية إدارة الصورة الذهنية ، ومزايا الصورة الذهنية الايجابية للمنظمة.</p> <p>١٠/٤ تخطيط وتنفيذ برنامج الصورة الذهنية للمنظمة.</p> <p>١١/٤ مفهوم الأزمة وخصائصها وأنواعها.</p> <p>١٢/٤ ومراحل إدارتها.</p> <p>١٣/٤ استراتيجيات اتصالات الأزمة و دراسات حالات عربية وأجنبية لإدارة اتصالات الأزمة.</p> <p>١٤/٤ الوسائل الإلكترونية الحديثة المستخدمة في إدارة اتصالات الأزمة.</p> <p>في الاسبوع الخامس عشر امتحان نهاية الفصل الدراسي</p>	
<p>١/٥ المحاضرة (التعليم المباشر) .</p> <p>٢/٥ المناقشة.</p> <p>٣/٥ دراسات حالة من خلال عرض أحد المجالات التطبيقية لممارسة العلاقات العامة وتبادل الآراء والتعامل مع الطلاب</p> <p>٤/٥ تقسيم الطلاب إلى فرق عمل (التعلم التعاوني).</p> <p>٥/٥ العصف الذهني.</p> <p>٦/٥ عروض تقديمية.</p> <p>٧/٥ التعلم الذاتي عن طريق البحث عن الانترنت والبحث داخل المكتبة وتلخيص ما اطلع عليه والاستعانة بما قرأ أثناء المناقشات.</p> <p>٨/٥ التعليم الإلكتروني من خلال منصة البلاكبورد والمحاضرات التفاعلية عبر المنصة.</p>	<p>٥- أساليب التعليم والتعلم:</p>
<p>لا تقبل الكلية الطلاب الذين لديهم حالات تأخر عقلياً وذهني ولكن يتم قبول فاقدي البصر و في هذه الحالة يتم ما يلي :</p> <p>١/٦ توفير محتوى المقرر على اسطوانة مدمجة [CD] في صورة word لسهولة تحويله إلى طريقة برايل أو برنامج ابصار للطلاب الأكفأ.</p> <p>٢/٦ وفي الاختبارات يقوم الطالب بنفسه بكتابة الامتحان من خلال أجهزة كمبيوتر خاصة متوفرة بقاعة طه حسين بالمكتبة المركزية ، ويتم تدريب الطلاب على هذه الأجهزة قبل أداء الامتحان.</p>	<p>٦- أساليب التعليم والتعلم لطلاب ذوي القدرات المحدودة:</p>
٧- تقويم الطلاب:	
<p>١١/٧- اختبار منتصف الفصل الدراسي لتقييم القدرات المعرفية للطلاب.</p> <p>٢١/٧- مناقشات أثناء المحاضرات لتقييم القدرة على التفاعل وأبداء الرأي والحوار والإقناع.</p>	<p>٧- الأساليب المستخدمة</p>



٣١١٧- التكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب علي البحث والتقصي ٤١١٧- اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي.	:
ك- التوقيت: - اختبار المنتصف (الأسبوع السابع). - التكاليف (تكليف ١ ← الاسبوع الخامس والسادس) تكليف ٢ ← الأسبوع التاسع والعاشر. - اختبار نهاية الفصل الدراسي: الأسبوع الخامس عشر أو حسب توقيت المجلس الأعلى للجامعات.	
ل- توزيع الدرجات • اختبار المنتصف ٢٠% • أعمال السنة (تكاليف+ مشاركة+ حضور+ عروض إن أمكن لكل مجموعة) ٣٠% • اختبار تحريري نهاية الفصل الدراسي ٥٠%.	
٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:	
م- مذكرات: مذكرات في النماذج المعيارية لممارسة المنظمات للعلاقات العامة. مذكرات في أنواع ممارسي العلاقات العامة.	
ن- كتب ملزمة: على عجوة ، كريمان فريد ، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات ، الطبعة الأولى ، (القاهرة ، عالم الكتب ، ٢٠٠٥).	
س- كتب مقترحة: - حنان جنيد ، إدارة وتخطيط العلاقات العامة المدخل التنظيمي ، (الجيزة ، مكتبة النجاح ، ٢٠٠٨) . - السيد عبد الرحمن على عبد الرحمن ، الاتصال التنظيمي ، (القاهرة : الوكالة العربية للعلاقات العامة ، ٢٠٢٠) - ميرهان محسن طنطاوي ، اتصالات المنظمات عبر وسائل التواصل الحديثة ، (القاهرة : دار العالم العربي ، ٢٠٢٠) - روبرت أولمر وآخرون ، التواصل الفعال مع الأزمات : الانتقال من الأزمة إلى الفرصة ، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥) - غادة اشرف السيد عوض الله ، المتحدث الرسمي وإدارة الأزمات ، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠١٣) - السيد عبد الرحمن على عبد الرحمن ، الاتصال وإدارة التغيير والصراع والأزمات في المنظمات ، (القاهرة : عالم الكتب للنشر والتوزيع ، ٢٠١٩) - نرمين علاء الدين ، إدارة استراتيجية تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٢٠) - أشرف السعيد أحمد ، الإعلام المعاصر وإدارة الأزمات ، (القاهرة : دار الكتاب الحديث ، ٢٠١٩) - سيد محمد جاد الرب ، إدارة العلاقات العامة والإعلان ، (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥) - منال أحمد البارودي ، العصف الذهني وفن صناعة الأفكار ، (القاهرة : المجموعة العربية للتدريب والنشر ، ٢٠١٨) - محمود عبد الفتاح رضوان ، مهارات إعداد الهياكل التنظيمية الإدارية ، (القاهرة : المجموعة العربية للتدريب	



والنشر، ٢٠١٢)

- حمدي شعبان ، وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات) ، (القاهرة : دار الراجحة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨)
- شيماء السيد سالم (٢٠١٦) ، دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، العدد ٥٦ .
- شيماء حمادي (٢٠١٨) ، أساليب استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الإعلام الإلكترونية وقت الأزمات، المجلة المصرية لبحوث العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، العدد ١٦ .
- شريفة رحمة الله سليمان (٢٠٠٦)، "دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- مروة اللاوندوي (٢٠١٣)، "دور الاتصالات التفاعلية عبر المواقع الإلكترونية في تدعيم الحوار بين المؤسسة والجمهور، دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام.
- هالة رشاد (٢٠١٥)، "أثر الممارسات الحديثة لوكالات العلاقات العامة في إدارة العلاقة مع العملاء – دراسة على وكالات العلاقات العامة العاملة في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان: كلية الآداب، قسم إعلام.
- ولاء يحيى مصطفى (٢٠٠٩)، "دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الممارسة المهنية للعلاقات العامة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان: كلية الآداب
- خيرت عياد، أحمد فاروق (٢٠١٥)، "العلاقات العامة، الاتصال المؤسسي عبر الإنترنت"، ط ١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد(٢٠١٤)، "إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي"، ط ٤ ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية.
- محمود علم الدين(٢٠١٤)، "الإعلام الرقمي الجديد: البيئة والوسائل"، ط ١، القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.
-
- , [Timothy L. Sellnow](#), [Matthew W. Seeger](#).(2010). *Effective crisis communication: moving from crisis to opportunity* , (Beverly Hills, CA: Sage Publications).
- , Don Stacks , .(2015). *Measuring the impact of social media om business Cong Li-profit and succses* , (Peter Lang Inc., International Academic Publishers)
- .(2015). *Communication media and internet* ,(Random Publications) Antr Arora_-

Public relations review •
Journal of Public relations •

ع- دوريات
علمية أو
نشرات
إلخ...



جامعة : القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

إدارة العلاقات العامة	مسمى المقرر
PRA204	كود المقرر

(أ) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر الدراسي

المهارات العملية							المهارات المهنية						المهارات الذهنية						المهارات المعرفية						اسبوع الدراسة	المحتويات للمقرر			
د/٧	د/٦	د/٥	د/٤	د/٣	د/٢	د/١	ج/٧	ج/٦	ج/٥	ج/٤	ج/٣	ج/٢	ج/١	ب/٨	ب/٧	ب/٦	ب/٥	ب/٤	ب/٣	ب/٢	ب/١	أ/٥	أ/٤	أ/٣			أ/٢	أ/١	
	√			√																								الأول	أهمية الوظيفة التنظيمية للعلاقات العامة و شرح وظائف
	√			√		√							√							√	√							الثاني	أساليب إدارة العلاقات العامة و إعداد الهيكل التنظيمي .
	√		√	√		√														√							√	الثالث	أساليب تنظيم العمل بإدارة العلاقات العامة وسمات المشتغلين بها..



	√		√	√		√																	√			الرابع	مفهوم وكالات العلاقات العامة ، أنواعها وأنواع عملاتها ، والمهام التي تقوم بها.			
	√			√		√																		√			الخامس	التنظيم الإداري لوكالات العلاقات العامة ، وأهم العوامل المؤثرة عليه.		
	√	√	√	√		√				√	√					√	√										السادس	مراحل العلاقة بين وكالات العلاقات العامة وعملاتها في ضوء مفهوم إدارة علاقات المنظمة (OPR)		
				√		√					√					√	√	√	√					√	√	√	√	√	السابع	اختبار منتصف الفصل الدراسي
			√	√		√			√						√													الثامن	ماهية الصورة الذهنية للمنظمات وسماتها ومكوناتها.	
√	√			√	√	√			√						√													التاسع	عملية إدارة الصورة الذهنية ، ومزايا الصورة الذهنية	
√	√	√	√	√		√			√	√					√													العاشر	تخطيط وتنفيذ برنامج الصورة الذهنية للمنظمة	



اسم المقرر: إدارة العلاقات العامة
كود المادة: PRA204

جامعة : القاهرة
كلية : الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أنماط التعليم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة							المهارات العملية							المهارات الذهنية							المهارات المعرفية							أنماط التعليم		
د/٧	د/٦	د/٥	د/٤	د/٣	د/٢	د/١	ج/٧	ج/٦	ج/٥	ج/٤	ج/٣	ج/٢	ج/١	ب/٨	ب/٧	ب/٦	ب/٥	ب/٤	ب/٣	ب/٢	ب/١	أ/٩	أ/٨	أ/٧	أ/٦	أ/٥	أ/٤		أ/٣	أ/٢
	√		√		√				√	√					√	√						√	√	√	√	√	√	√	√	√
			√	√	√			√			√	√		√	√	√	√	√	√		√			√	√	√	√	√	√	√
			√	√						√	√	√					√	√		√		√	√							√
√	√		√							√		√				√	√	√	√	√										
			√		√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				√			√		
√	√				√	√		√	√	√	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√							
√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√

منسق المقرر: د. رضا هانى ، د. تغريد مجدى

توقيع رئيس القسم: أ.د. داليا محمد عبدالله



اسم المقرر: إدارة العلاقات العامة
كود المادة: PRA204

جامعة : القاهرة
كلية : الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أساليب التقييم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة								المهارات العملية							المهارات الذهنية							المهارات المعرفية							أنماط التعليم		
د/٧	د/٦	د/٥	د/٤	د/٣	د/٢	د/١	ج/٧	ج/٦	ج/٥	ج/٤	ج/٣	ج/٢	ج/١	ب/٨	ب/٧	ب/٦	ب/٥	ب/٤	ب/٣	ب/٢	ب/١	أ/٩	أ/٨	أ/٧	أ/٦	أ/٥	أ/٤	أ/٣		أ/٢	أ/١
		√	√	√		√	√	√		√	√	√		√		√	√			√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
√				√			√		√											√	√		√	√			√	√	√	√	√
√			√	√			√		√	√	√			√			√			√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
√	√	√	√	√	√	√			√		√		√				√	√		√		√									

منسق المقرر: د. رضا هانى ، د. تغريد مجدى

توقيع رئيس القسم: أ.د. داليا محمد عبدالله



توصيف مقرر دراسي

جامعة : القاهرة

كلية : الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

٦- بيانات المقرر:		
الفرقة/ المستوى: الثاني	اسم المقرر: إدارة الإعلان	الرمز الكودي: PRA205
عملية: ١ /	عدد الوحدات الدراسية: نظري: ٢	التخصص: العلاقات العامة والإعلان

<p>بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على:</p> <ol style="list-style-type: none">١- فهم الأطراف الفاعلة في عملية إدارة الإعلان التقليدي والرقمي.٢- اكتساب مهارات إدارية في مجال الإعلان وذلك من خلال تزويده بمعلومات عن التنظيمات والأنماط الإدارية المختلفة في مجال الإعلان ومميزات وعيوب كل منها .٣- اكتساب مهارة التعامل مع الوكالات الاعلانية وذلك من خلال فهم طبيعة عمل وكالات الاعلان والقدرة على التمييز بين انواعها المختلفة، مميزات وعيوب كل منها وأشكال التعاقد معها.٤- اكتساب مهارات مهنية تمكنه من التعامل مع التنظيمات الادرية في مجال الاعلان.٥- اكتساب مهارات مهنية من خلال التعرف على الوظائف التي تتاح لدارسي الاعلان لدي كل من الوكالات الاعلانية، الوسائل الإعلانية التقليدية والرقمية وادارات الاعلان لدي المعلنين والامام بأهم المهارات التي يجب توافرها لديهم.٦- فهم وتحديد الوظائف الرئيسية لإدارة الاعلان (التخطيط - التنظيم - التوجيه - التقييم والرقابة).٧- اكتساب المهارات التي يجب توافرها في القيادات الاعلانية.٨- التمييز بين القنوات المختلفة للإعلان على الأنترنت وطرق التعاقد على شراء الاعلان الرقمي.٩- الإلمام بالمنصات الرقمية المستخدمة في شراء وإدارة الاعلان عبر الأنترنت وكيفية استخدامها.	<p>٢- هدف المقرر:</p>
---	-----------------------



نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان	المعايير الأكاديمية المرجعية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	٣- المستهدف من تدريس المقرر:	
1/أ	٢-٢ الخريج ١-١، ١-١	بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن: أ/١- يتعرف على مفهوم وفلسفة إدارة الإعلان. أ/٢- يذكر المفاهيم الخاصة و المرتبطة بإدارة الاعلان و أهم وظائفها (المعلن - الوكالات الاعلانية - الوسائل الاعلانية - التخطيط- التنظيم - الرقابة - التقييم....) أ/3- يصف العوامل التي تؤثر على التنظيم الإداري في مجال الإعلان (لدى الوسائل الاعلانية- المعلنين - وكالات الاعلان) أ/4- يوضح أساليب إدارة الاعلان أ/5- يصف مراحل تطور الوكالة الاعلانية أ/6- يذكر الأنواع المختلفة لوكالات الإعلان.	
1/أ	٢-٢ الخريج ١-١، ١-١	أ/7- يتعرف على الوظائف المتاحة في مجال الإعلان والمهارات اللازمة للقائمين عليها أ/8- يتعرف على القنوات المختلفة للإعلان على الانترنت أ/9- يذكر المفاهيم الخاصة بإدارة الاعلان الرقمي (الناشر- المخزون الاعلاني- الانطباع - الشراء الآلي للإعلان--CPC CPA- الشبكات الاعلانية-....)	ف- المعلومات والمفاهيم:
7/أ	3-١، 2-1	أ/10- يصف المنصات الرقمية لإدارة الاعلان على الأترنت ووظائفها أ/11- يلم طرق التعاقد والدفع للإعلان الرقمي	
6/أ	12-1 2-1 6-1		
8/أ	4-1		
6/أ	١-١، ١-١		
1/أ	4-1، 14-1		
6/أ	4-1، 14-1		
		بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على: ب/١- وضع هيكل تنظيمي لإدارة الإعلان أو وكالة اعلانية.	ص- المهارات الذهنية:



4/ب	3-9 , 3-4	2/ب- إختيار الوكالة الاعلانية بشكل أمثل. 3/ب- تحليل العوامل المؤثرة على العملية الاعلانية. 4/ب - تقييم فعالية إدارة الإعلان 5/ب - اختيار المنصات الرقمية المستخدمة في شراء وإدارة الاعلان عبر الأنترنت بشكل أمثل	
2/ب	3-2 3-5 الخريج		
7/ب	3-1 3-5 3-7 الخريج عموماً		
10/ج	4-2 الخريج عموماً	ج/1- تطبيق مهارة التعامل في وكالات الإعلان. ج/2- وضع هيكل تنظيمي لإدارة الإعلان أو وكالة اعلانية ج/3- يطور المهارات المهنية والإدارية المصاحبة لإنتاج وتقديم الاعلان. ج/4- يكتسب الطالب مهارات العرض والتقديم والاتصال ج/5- كتابة تقرير عن نظم إدارة الاعلان. ج/6- التعامل مع الوسائل الاعلانية والتفاوض مع مندوبي الاعلان ج/7- التعامل مع المنصات الرقمية المستخدمة في شراء وإدارة الاعلان عبر الأنترنت	ق- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:
7/ج	4-2 الخريج عموماً		
11/ج	4-2 الخريج عموماً		
7/ج	4-5 الخريج عموماً		
1/د	5-1	د/1 التعامل بكفاءة من الحاسب الإلكتروني وبرامجه المختلفة والدخول على المنصة التعليمية البلاكبود د/2 يستخدم الانترنت في جمع معلومات عن الوكالات د/3- يعمل مع الجماعة بأسلوب الفريق الواحد. د/4- تقديم نموذج وتنظيم إداري مقترح لوكالة اعلانية أو إدارة الاعلان. د/5- يناقش ويقارن كل ما هو جديد في مجال الاعلان. د/6- يفكر بشكل نقدي د/7- إدارة الوقت د/8- استخدام المنصات الرقمية المستخدمة في شراء وإدارة الاعلان عبر الأنترنت	ر- المهارات العامة:
2/د	5-2		
4/د	5-4		
7/د	5-1		
9/د	5-10		



1١/د			
٨/د	٩-٥		
٢/د	2-٥		

قائمة الموضوعات	أسبوع الدراسة	
مفهوم وفلسفة إدارة الإعلان + نظرة عامة علي عناصر العمل الإعلاني (المعلن - الوكالة - الوسيلة - المنظمات المعاونة - المنظمات المتخصصة)	١	٦- محتوى المقرر:
المعلن وإدارة الإعلان: المقصود بالمعلن وأنواعه + أساليب تنظيم إدارة الاعلان وأهميتها	٢	
الوكالة الاعلانية: مفهوم الوكالات الاعلانية، أهميتها وانواعها	٣	
الوكالة الاعلانية: التنظيم الداخلي لوكالات الاعلان + أهم أقسام الوكالات الاعلانية ومصادر إيراداتها	٤	
الوسيلة الاعلانية: الوظائف الرئيسية لأجهزة الاعلان لديها والعوامل المؤثرة على تنظيمها +منظمات الخدمات الاعلانية المتخصصة والمعاونة	٥	
مناقشة وتدريب على ما سبق	٦	
اختبار منتصف الفصل الدراسي	٧	
الاعلان الرقمي: تعريفه، القنوات المختلفة له وأساليب التعاقد	٨	
الاعلان الرقمي: المنصات الرقمية لإدارة وشراء الاعلان عبر الانترنت + أمثله وتطبيقات عملية	٩	
إدارة الاعلان علي شبكات التواصل الاجتماعي + أمثله و تطبيقات عملية	١٠	
وظائف إدارة الاعلان: مفهوم التخطيط، مراحله، مستوياته وأهميته	١١	
وظائف إدارة الاعلان: التنظيم في العمل الاعلاني	١٢	
وظائف إدارة الاعلان: التوجيه والقيادة والرقابة	13	
تدريبات وتطبيقات عملية على ما سبق دراسته	14	
اختبار الفصل الدراسي	15	
١/المحاضرات ٢/٥-المناقشات ٣/٥-الدراسات العملية ودراسات الحالة ٤/٥-تقسيم الطلاب إلى فرق عمل. ٥/٥-العصف الذهني 6/٥ التعلّم الذاتي عن طريق البحث عبر الإنترنت والبحث داخل المكتبة وتلخيص ما اطلع عليه والاستعانة بما قرأ أثناء المناقشات.		٥- أساليب التعليم والتعلم:



٧/٥ عروض تقديمية. ٨/٥ التعليم الإلكتروني من خلال منصة البلاك بورد والمحاضرات التفاعلية عبر المنصة.	
لا تقبل الكلية الطلاب الذين لديهم حالات تأخر عقلي أو ذهني ولكن يتم قبول فاقدي البصر وفي هذه الحالة يتم ما يلي: ١/٦- توفير المحتوى الدراسي على CD في صورة Word لتسهيل تحويلها بطريقة برايل (طلاب أكفاء) ٢/٦- تقسيمهم إلى مجموعات صغيرة (إن وجدوا) ٣/٦- في حالة تغيب البعض عن امتحان المنتصف يحدد لهم موعدا آخر ٢/٦ وفي الاختبارات يقوم الطالب بنفسه بكتابة الامتحان من خلال أجهزة حاسوب خاصة متوفرة بقاعة طه حسين بالمكتبة المركزية، ويتم تدريب الطلاب على هذه الأجهزة قبل أداء الامتحان.	٦- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة:
	٧- تقويم الطلاب:
١/٧- الاختبار التحريري لمنتصف الفصل الدراسي. ٢/٧- التكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب على البحث والتقصي ٣/٧- المناقشة والمشاركة والملاحظة لسلوك وأداء الطلاب في المحاضرة ٤/٧- اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي	م- الأساليب المستخدمة:
- اختبار المنتصف (السابع) - (تكليف ١) : الأسبوع الرابع، (تكليف ٢) : الأسبوع الثامن بالإضافة إلى تكاليف لأعمال جماعية أثناء المحاضرة. - اختبار نهاية الفصل الدراسي: الأسبوع الخامس عشر أو حسب توقيت المجلس الأعلى للجامعات.	ن- التوقيت:
- اختبار المنتصف ٢٠% - أعمال السنة (تكليف+مشاركة+حضور+عروض إن أمكن لكل مجموعة) ٣٠% - اختبار تحريري نهاية الفصل الدراسي ٥٠%	س- توزيع الدرجات
	٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:
	ف- مذكرات:
	ص- كتب ملزمة: فاتن رشاد ، ٢٠٠٩ ، إدارة الاعلان واقتصادياته ، ط١ (القاهرة :الدار العربية للنشر والتوزيع) عصام الدين فرج ، ٢٠٠٧ ، إدارة الاعلان ، ط١(القاهرة : دار النهضة العربية) سامي عبد العزيز وسلوي العوادلي (٢٠٠٩)، إدارة الاعلان واقتصادياته Batra, R., Myers, J. G., & Aaker, D. A. (2009). Advertising management-5-d ed. Pearson education. Russell, T., King, K. & Lane, W.R. (2011). Kleppner's advertising Pearson procedure. Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). Essentials of marketing. Cengage Learning.
	ق- كتب مقترحة:



<p>Ryan, D. (2021). Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. Kogan Page Publishers.</p>	
<p>Journal of Advertising Research Journal Of Advertising Journal of Business research</p> <p>المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.</p>	<p>ر - دوريات علمية أو نشرات... إلخ</p>

أستاذ المقرر د. فاتن رشاد - د. إيمان عبد التواب - د. ياسمين محمود حشيش
رئيس مجلس القسم العلمي: أ.د. داليا محمد عبد الله



إدارة الاعلان	مسمى المقرر
Pra 205	كود المقرر

جامعة : -القاهرة

كلية: الاعلام

قسم: العلاقات العامة والاعلان

(أ) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر الدراسي

مهارات عامة								مهارات مهنية					مهارات ذهنية					مهارات معرفية							اسبوع الدراسة	المحتويات للمقرر						
د8	د7	د6	د5	د4	د3	د2	د1	ج7	ج6	ج5	ج4	ج3	ج2	ج1	ب5	ب4	ب3	ب2	ب1	أ11	أ10	أ9	أ8	أ7			أ6	أ5	أ4	أ3	أ2	أ1
							√																								√	مفهوم وفلسفة إدارة الإعلان + نظرة عامة على عناصر العمل الإعلاني (المعلن - الوكالة - الوسيلة - المنظمات المعاونة - المنظمات



																								المعلن وإدارة الإعلان: المقصود بالمعلن وأنواعه + أساليب تنظيم	الثاني									
																									✓	✓	✓	✓						
																												الوكالة الاعلانية: مفهوم الوكالات الاعلانية، أهميتها	الثالث					
																												✓	✓	✓				
																														الوكالة الاعلانية: التنظيم الداخلي لوكالات الاعلان + أهم أقسام الوكالات الاعلانية ومصادر إيراداتها	الرابع			
																														✓	✓	✓	✓	✓



✓	✓	✓				✓																							إدارة وظائف الإعلان: التوجيه والقيادة والرقابة	
																													تدريبات وتطبيقات عملية على ما سبق دراسته	
اختبار منتصف الفصل الدراسي																													الخامس عشر	اختيار الفصل الدراسي

رئيس مجلس القسم: أ.د. داليا محمد عبد الله

استاذ المادة: د. فاتن رشاد - د. إيمان عبد التواب - د. ياسمين محمود حشيش



اسم المقرر: دارة الاعلان
كود المادة: PRA205

جامعة: القاهرة
كلية: الإعلام

العلاقة بين أنماط التعليم والمهارات المستهدفة من المقرر

قسم: العلاقات العامة والاعلان

مهارات عامة								مهارات مهنية						مهارات ذهنية					مهارات معرفية							المهارات المستهدفة					
د8	د7	د6	د5	د4	د3	د2	د1	ج7	ج6	ج5	ج4	ج3	ج2	ج1	ب5	ب4	ب3	ب2	ب1	أ11	أ10	أ9	أ8	أ7	أ6		أ5	أ4	أ3	أ2	أ1
							√													√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
		√	√	√					√	√		√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
√		√				√		√				√	√	√			√		√						√			√	√		
	√	√		√	√					√		√					√	√	√												
√	√	√		√			√		√		√	√	√	√		√		√	√					√							
	√	√	√	√	√				√	√		√	√		√	√	√	√	√										√		
√				√		√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√					√			√			√	



√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	التعليم الإلكتروني
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------------

استاذ المادة: د. فائق رشاد - د. إيمان عبد التواب - د. ياسمين محمود حشيش

رئيس مجلس القسم: أ.د. داليا محمد عبد الله



اسم المقرر: دارة الاعلان
كود المادة: PRA205

جامعة: القاهرة
كلية: الإعلام
قسم: العلاقات العامة والاعلان

العلاقة بين أساليب التقييم والمهارات المستهدفة من المقرر

مهارات عامة							مهارات مهنية						مهارات ذهنية					مهارات معرفية											المهارات المستهدفة		
8د	7د	6د	5د	4د	3د	2د	1د	7ج	6ج	5ج	4ج	3ج	2ج	1ج	ب5	ب4	ب3	ب2	ب1	11أ	10أ	9أ	8أ	7أ	6أ	5أ	4أ	3أ	2أ	1أ	أساليب التقييم
	√	√	√	√					√			√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	اختبارات تحريرية سواء المنتصف أو نهاية الفصل
√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√		√	√	√			√	√												التكاليف الدراسية
	√	√	√	√					√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	المناقشة والمشاركة في المحاضرة

رئيس مجلس القسم: أ.د. داليا محمد عبد الله

استاذ المادة: د. فaten رشاد - د. إيمان عبد التواب - د. ياسمين محمود حشيش



توصيف مقرر دراسي

جامعة : القاهرة

كلية : الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

٧- بيانات المقرر:

الرمز الكودي: PRA 206	اسم المقرر: البروتوكول والإتيكيت	الفرقة/ المستوى: الثاني
التخصص: علاقات عامة وإعلان	عدد الوحدات الدراسية: نظري: ٢ / عملي: ١	

١/٢ التعريف بقواعد البروتوكول الدولي التي يقوم ممارسو العلاقات العامة بتطبيقها في عملهم المهني. ٢/٢ معرفة كيفية الإعداد والتخطيط والتنفيذ للأحداث الخاصة بالمنظمات المختلفة (المؤتمرات- الاجتماعات- الحفلات- المآدب- الزيارات الرسمية). ٣/٢ دراسة مبادئ السلوك الاجتماعي السليم في المناسبات المختلفة. ٤/٢ تطبيق آداب وقواعد الزيارة. ٥/٢ تطبيق قواعد المصافحة وتقديم الآخرين. ٦/٢ تطبيق قواعد الإتيكيت المختلفة في استقبال الضيوف، والتعامل مع الأطفال، والجيران، والأصدقاء. ٧/٢ نقد وتحليل بعض الفيديوهات الخاصة بالبروتوكول والاتيكيك وتوضيح الأخطاء الموجودة بها.	٢- هدف المقرر:
---	----------------

٣- المستهدف من تدريس المقرر:	المعايير الأكاديمية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان
------------------------------	---	---

١/أ يذكر المفاهيم الخاصة بالبروتوكول والاتيكيك، وأهم قواعد الممارسة الخاصة برجل العلاقات العامة ٢/أ يمتلك المهارات الخاصة بتنظيم المآدب والحفلات. ٣/أ يذكر قواعد الاتيكيك ومهارات الحديث التي يجب أن تتوافر في خريج الإعلام، والتي يستخدمها في تعاملاته المختلفة في حياته	١- ٥ بالبرنامج ٢-١ بالبرنامج ٦-١ بالبرنامج ٥-٢ خريج الكلية	٩/أ ١٤/أ	ش- المعلومات والمفاهيم:
---	---	-------------	-------------------------



١٠/أ	٨-١ بالبرنامج ١٠-١ بالبرنامج	اليومية. أ/٤ يحدد ويرتب خطوات أعداد الحفلات والمآداب للمناسبات المختلفة وتنظيم المؤتمرات. أ/٥ يحدد القوانين وقواعد الأسبقيات المختلفة التي تحكم عمله عند التنظيم للزيارات الرسمية، وأسبقيات الإعلام.	
ب-١٣ ب-١٢	٢-١ بالبرنامج ٦-٢ بالبرنامج	ب/١ التخطيط للزيارات الرسمية للوفود من الدول المختلفة. ب/٢ التخطيط للأحداث الخاصة في مجال العلاقات العامة. ب/٣ تحليل البيانات اللازمة لوضع خطة لمراسم حدث معين كالمؤتمرات والندوات. ب/٤ تمييز مهارات التعبير اللغوي في المكاتبات الرسمية.	ت - المهارات الذهنية:
ج-١٣	١٢-٢ بالبرنامج ١٤-٢ بالبرنامج ٢-٤ الخاصة بالخريج	ج/١ استخدام الوسائل والطرق الحديثة لجمع المعلومات عن الوفود المختلفة لتنظيم الأحداث الخاصة على نحو يتناسب مع ثقافتهم. ج/٢ يطبق قواعد المراسم والبروتوكول في اللقاءات الرسمية والمؤتمرات ورفع الإعلام، وكذلك تطبيق قواعد الآتيكيت في المعاملات الشخصية. ج/٣ إجادة المهارات الاتصالية اللازمة وقواعد الآتيكيت المتعددة للتعامل مع الضيوف والأطفال والجيران... الخ. ج/٤ يقيم المراسم المطبقة في حدث ما مع مراعاة القواعد الدولية.	ث - المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:
	٢-٤ الخريج ١١-٢ بالبرنامج	د/١ مهارات اتصالية شفهية وتحريرية. د/٢ مهارات التخطيط لبرامج ومناسبات محددة. د/٣ مهارات سلوكية لكيفية التعامل الراقى في الحياة المؤسسية والاجتماعية.	خ - المهارات العامة:



د/ ٤ إدارة الوقت د/ ٥ العمل في فريق وبأسلوب جماعي	٢-١٤ بالبرنامج		
٨-د ٤-د		<p>١-٤ بروتوكول (مفاهيم البروتوكول والمراسم والاتيكييت والمجاملة). ٣ ساعات دراسية</p> <p>٢-٤ اتيكييت (اتيكييت الاستعداد لاستقبال الضيوف واتيكييت الزيارة). ٣ ساعات دراسية</p> <p>٣-٤ بروتوكول (أهمية قواعد وآداب المراسم والبروتوكول للممارسة المهنية في أنشطة وأحداث العلاقات العامة). ٣ ساعات دراسية</p> <p>٤-٤ اتيكييت (آداب المصافحة وتقديم الآخرين واتيكييت استخدام بطاقات التعارف والزيارة). ٣ ساعات دراسية</p> <p>٥-٤ قواعد الأسبقية مثل أسبقية الدول، وأسبقية رؤساء الدول، وأسبقية ملوك وأمراء الدول، وأسبقية الوزراء، وأسبقية كبار المسؤولين. ٣ ساعات دراسية</p> <p>٦-٤ اتيكييت (آداب التعامل مع الآخرين واتيكييت معاملة الأصدقاء). ٣ ساعات دراسية</p> <p>٧-٤ امتحان المنتصف. ساعة</p> <p>٨-٤ بروتوكول (متابعة قواعد وآداب الأسبقيات مع الأمثلة العملية مثل أسبقية الكوادر المتخصصة، وأسبقية الرجال والنساء، وأسبقية العاملين في الخدمة والمحاليين إلى التقاعد، وأسبقية المواطنين وغير المواطنين، وأسبقيات المجاملة والتكريم). ٣ ساعات دراسية</p> <p>٩-٤ اتيكييت (اتيكييت معاملة الأطفال). ٣ ساعات دراسية</p> <p>١٠-٤ بروتوكول (العوامل المؤثرة في تنظيم المآداب والحفلات والأمثلة العملية وآداب وتنظيم الحفلات والمؤتمرات). ٣ ساعات دراسية</p> <p>١١-٤ اتيكييت (اتيكييت معاملة الجيران). ٣ ساعات دراسية</p> <p>١٢-٤ بروتوكول (أسبقية الأعلام بكافة قواعدها وبروتوكول ركوب السيارة). ٣ ساعات دراسية</p> <p>١٣-٤ اتيكييت (عرض أبحاث الاتيكييت المختلفة من جانب الطلاب، وتدريب على ما سبق)</p> <p>١٤-٤ بروتوكول (إعداد وتنظيم المؤتمرات الدولية). ٣ ساعات دراسية</p> <p>١٥-٤ الامتحان النهائي. ساعتان</p>	٧- محتوى المقرر:
		١- محاضرات نظرية. ٢- دراسة حالة. ٣- تمثيل الأدوار. ٤- التدريب العملي. ٥- المناقشات.	٥- أساليب التعليم والتعلم:
		لا تقبل الكلية الطلاب الذين لديهم حالات تأخر عقلي أو ذهني ولكن يتم قبول فاقدي البصر وفي هذه	٦- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة:



<p>الحالة يتم ما يلي:</p> <p>١/٦- توفير المحتوى الدراسي على CD في صورة Word السهولة تحويلها بطريقة برايل (طلاب أكفاء)</p> <p>٢/٦ وفي الاختبارات يقوم الطالب بنفسه بكتابة الامتحان من خلال أجهزة كمبيوتر خاصة متوفرة بقاعة طه حسين بالمكتبة المركزية، ويتم تدريب الطلاب على هذه الأجهزة قبل أداء الامتحان.</p>		
<p>٧- تقويم الطلاب:</p>		
<p>١/أ- الاختبار التحريري لمنتصف الفصل الدراسي.</p> <p>٢/أ/٧- التكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب على البحث والتنقصي وتشمل:</p> <p>١- تكليف تطبيقي عملي عن إحدى قواعد الأسبقيات.</p> <p>٢- عمل مشروع بحثي عن أحد الموضوعات التي تخص الإتيكيت مثل إتيكيت التعامل مع ذوي القدرات الخاصة أو إتيكيت تعامل المذبح مع الضيوف وغيرها من الموضوعات.</p> <p>٣/أ/٧- المناقشة والمشاركة والملاحظة لسلوك وأداء الطلاب في المحاضرة</p> <p>٤/أ/٧- اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي</p>	<p>ع- الأساليب المستخدمة:</p>	
<p>موعد امتحان المنتصف الأسبوع السابع</p> <p>توقيت استلام التكليف الأول الأسبوع الثامن</p> <p>توقيت استلام التكليف الثاني الأسبوع الحادي عشر</p> <p>موعد الامتحان النهائي الأسبوع الخامس عشر</p>	<p>ف- التوقيت:</p>	
<p>١- امتحان منتصف العام ٢٠% ٢- تكاليف عملية/ نظرية ٢٠% ٣- الحضور ١٠% ٤- الامتحان النهائي ٥٠% المجموع الكلي ١٠٠%</p>	<p>ص- توزيع الدرجات</p>	
<p>٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:</p>		
	<p>ش- مذكرات:</p>	
<p>صفوت العالم، المراسم والبروتوكول، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٧)</p>	<p>ت- كتب ملزمة:</p>	



أماني ألبرت. كسر قواعد الإتيكيت والبروتوكول. (القاهرة: دار الكتب، ٢٠١٨)

أيمن مزاهرة، سعاد عساكرية. ضيافة واتيكيت. (القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦)

بدر ناصح عبد العزيز. فنون الإتيكيت. (الأردن: دار الأسرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩)

جمال الكاشف. الإتيكيت وفن التعامل مع الناس. (القاهرة: مكتبة ابن سينا، ٢٠٠٠)
جيلان حمزة. البروتوكول. (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٧)

حسن كامل. البروتوكول الدبلوماسي والاجتماعي. (القاهرة: دار المستقبل العربي، ١٩٨٧)

حسن كامل. البروتوكول الدبلوماسي والاجتماعي. (القاهرة: دار المستقبل العربي، ١٩٨٧)

زكريا السباهي. قراءة جديدة في آداب السلوك والحياة (الإتيكيت). (دمشق: دار طلاس للدراسات والنشر، ١٩٩٤)

سامي عبد القادر سعيد. الإتيكيت والبروتوكول. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٨)

عايدة أحمد الرواجبة. تعلم اتيكيت الحديث. (بيروت: دار ابن زيدون، ١٩٩٦)

عيسلين أترياتي. آداب التعامل وفنون الإتيكيت. (حلب: دار الكتاب العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠١)

مروة عماد الدين. ٥٠ سؤال وجواب في الإتيكيت. (القاهرة: مكتبة ابن سينا، ٢٠٠٥)

متى جاسم الزايد. دليل البروتوكول والمراسم للبرلمانيين والدبلوماسيين. ط١.

ث - كتب مقترحة:



<p>(البحرين، معهد البحرين للتنمية السياسية، ٢٠٢٠)</p> <p>نبيل عشوش. فن الإتيكيت والبروتوكول. ط٨ (غير مذكور البيانات)</p>	
<p>- International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences</p> <p>- Practice and Theory in Systems of Education</p>	<p>خ- دوريات علمية أو نشرات ... إلخ</p>

رئيس مجلس القسم العلمي : أ.د/ داليا عبد الله

أستاذ المادة : د/ صفوت العالم- د/ ماريان مراد



جامعة : القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: العلاقات العامة والإعلان

البروتوكول والمراسم	مسمى المقرر
PRA 206	كود المقرر

(أ) مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر الدراسي

اسبوع الدراسة	المحتويات للمقرر	مهارات معرفية					مهارات ذهنية				مهارات مهنية					مهارات عامة				
		١١	٢١	٣١	٤١	٥١	١ب	٢ب	٣ب	٤ب	١ج	٢ج	٣ج	٤ج	١د	٢د	٣د	٤د	٥د	
الأول	بروتوكول (مفاهيم البروتوكول والمراسم والاتيكييت والمجاملة).	✓																		
الثاني	اتيكييت (اتيكييت الاستعداد لاستقبال الضيوف واتيكييت الزيارة).			✓								✓								
الثالث	بروتوكول (أهمية قواعد وآداب المراسم والبروتوكول للممارسة المهنية في أنشطة وأحداث العلاقات العامة).	✓						✓												
الرابع	اتيكييت (آداب المصافحة وتقديم الآخرين واتيكييت استخدام بطاقات التعارف والزيارة).			✓										✓		✓		✓		



✓	✓		✓			✓	✓			✓	✓	✓	✓	الخامس	قواعد الأسبقية مثل أسبقية الدول، وأسبقية رؤساء الدول، وأسبقية ملوك وأمراء الدول، وأسبقية الوزراء، وأسبقية كبار المسؤولين.
	✓	✓	✓			✓							✓	السادس	إتيكيت (إتيكيت معاملة الأصدقاء).
		✓				✓					✓	✓	✓	السابع	امتحان المنتصف
✓	✓		✓			✓	✓			✓	✓	✓	✓	الثامن	بروتوكول (متابعة قواعد وآداب الأسبقيات مع الأمثلة العملية مثل أسبقية الكوادر المتخصصة، وأسبقية الرجال والنساء، وأسبقية إتيكيت (إتيكيت معاملة الأطفال).
		✓	✓			✓							✓	التاسع	بروتوكول (العوامل المؤثرة في تنظيم المآداب والحفلات والأمثلة العملية وآداب تنظيم الحفلات والمؤتمرات).
✓	✓		✓			✓	✓			✓	✓		✓	العاشر	إتيكيت (إتيكيت معاملة الجيران).
		✓	✓			✓							✓	الحادي عشر عشر	بروتوكول (أسبقية الأعلام بكافة قواعدها وبروتوكول ركوب السيارة



✓	✓	✓		✓				✓			✓	✓				✓		اتيكييت (عرض أبحاث الاتيكييت المختلفة من جانب الطلاب، وتدريبات على ما سبق)
✓	✓		✓		✓		✓	✓		✓		✓					الثالث عشر	بروتوكول (إعداد وتنظيم المؤتمرات الدولية).
	✓		✓	✓	✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الخامس عشر	الامتحان النهائي.

رئيس مجلس القسم: أ.د. داليا عبد الله

استاذ المادة: د/ صفوت العالم- د/ ماريان مراد



اسم المقرر: البروتوكول والمراسم
كود المادة: PRA 206

جامعة : القاهرة
كلية : الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أنماط التعليم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة والمنقولة				المهارات المهنية					المهارات الذهنية				مهارات المعرفة والفهم					المهارات المستهدفة
د/٥	د/٤	د/٣	د/٢	د/١	ج/٤	ج/٣	ج/٢	ج/١	ب/٤	ب/٣	ب/٢	ب/١	أ/٥	أ/٤	أ/٣	أ/٢	أ/١	
	✓				✓					✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	محاضرات نظرية
✓	✓				✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓		دراسة الحالة
✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓			✓		تمثيل الأدوار
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓					التدريب العملي
	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	المناقشات

توقيع رئيس القسم أ.د. داليا عبد الله

منسق المقرر: د/ صفوت العالم، ويشاركه في التدريس د/ ماريان مراد



اسم المقرر: البروتوكول والمراسم
كود المادة: PRA 206

جامعة : القاهرة
كلية : الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أساليب التقييم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة والمنقولة					المهارات المهنية				المهارات الذهنية				مهارات المعرفة والفهم					المهارات المستهدفة أساليب التقييم
د/٥	د/٤	د/٣	د/٢	د/١	ج/٤	ج/٣	ج/٢	ج/١	ب/٤	ب/٣	ب/٢	ب/١	أ/٥	أ/٤	أ/٣	أ/٢	أ/١	
		✓	✓			✓	✓			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	الاختبار التحريري لمنتصف الفصل الدراسي.
✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓			التكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب على البحث والتقصي.
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	المناقشة والمشاركة والملاحظة لسلوك وأداء الطلاب في المحاضرة
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي



توقيع رئيس القسم أ.د. داليا عبد



منسق المقرر: د/ صفوت العالم، ويشاركه في التدريس د/ ماريان مراد
الله



توصيف مقرر دراسي

جامعة: القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: عام

٨- بيانات المقرر:		
الرمز الكودي : PRA 207	اسم المقرر: الاتصال السياسي	المستوى: الثاني (ف:٢)
التخصص: العلاقات العامة والإعلان	عدد الوحدات الدراسية: نظري: ٣ / عملي: - -	

٢- هدف المقرر:	بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على : اكتساب المهارات المعرفية الخاصة بمفهوم وأنواع الاتصال السياسي وكذلك عناصر عملية الاتصال السياسي واكتساب المهارات الذهنية الخاصة بتحليل برامج الأحزاب السياسية ومراحل تخطيط الحملات الانتخابية وكذلك المهارات المهنية الخاصة بمعايير إدارة صورة الدولة والاتصال السياسي .
----------------	---

٣- المستهدف من تدريس المقرر:	المعايير الأكاديمية المرجعية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان
------------------------------	--	---

	٢-٢ الخاصة بالخريج	بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن:	
١/أ	٢-٢ الخاصة بالخريج، ١-٣ بالبرنامج	١/أ- يذكر تعريف الاتصال السياسي.	
١/أ	١-٢ الخاصة بالخريج	٢/أ- يذكر العناصر الأساسية لعملية الاتصال السياسي.	
٢/أ	٢-٢ الخاصة بالخريج	٣/أ- يتعرف على أهم نظريات الاتصال السياسي.	
١/أ	٢-٢ الخاصة بالخريج، ١-٤ بالبرنامج	٤/أ- يلخص أنواع الاتصال السياسي.	
	٢-٣ الخاصة بالخريج، ١-٨ بالبرنامج	٥/أ- يذكر وظائف الاتصال السياسي .	
٦/أ	٢-٣ الخاصة بالخريج	٦/أ- يتعرف على الاتصال السياسي في وسائل الاتصال الجديدة (وسائل التواصل الاجتماعي)	
٣/أ	٢-٤ الخاصة بالخريج	٧/أ- يصف أهم مراحل التخطيط للحملات الانتخابية.	ذ- لمعلومات والمفاهيم:
	١-٢ الخاصة بالخريج، ١-١٢ بالبرنامج	٨/أ- يذكر الرموز الانتخابية وطريقة توظيفها .	
١٩/أ	١-٢ الخاصة بالخريج، ١-١٢ بالبرنامج	٩/أ- يتعرف على الشعارات الانتخابية وأهم وظائفها.	
١٩/أ	٢-٦ الخاصة بالخريج	١٠/أ- يشرح نماذج تطبيقية لحملات انتخابية محلية ودولية	
١٩/أ		١١/أ- يتعرف على الاساليب	
٢٣ /أ			



<p>٢٣/أ</p> <p>٢٣/أ</p>		<p>التسويقة الحديثة لتسويق المنظمات والحكومات</p> <p>أ/١٢- يحدد الأساليب التسويقة الحديثة لتسويق الأحزاب السياسية</p> <p>أ/١٣- يتعرف علي معايير إدارة صورة الدولة والاتصال السياسي.</p>	
-------------------------	--	---	--

<p>ب/١٦ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٠ ٣-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١١ ٣-٣ الخاصة بالخريج، و٣-٨ الخاصة بالبرنامج ٣-٤ الخاصة بالبرنامج</p> <p>ب/٥</p> <p>ب/١٧ ٣-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/٤ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/٤، ب/١٤ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٤ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٤ ٣-٧، و٣-٩ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٤ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٦ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p>	<p>ب/١٦ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٠ ٣-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١١ ٣-٣ الخاصة بالخريج، و٣-٨ الخاصة بالبرنامج ٣-٤ الخاصة بالبرنامج</p> <p>ب/٥</p> <p>ب/١٧ ٣-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/٤ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/٤، ب/١٤ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٤ ٣-٥ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٤ ٣-٧، و٣-٩ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٤ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ب/١٦ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p>	<p>بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على:</p> <p>ب/١- يستنتج العناصر الأساسية لتجاح عملية الاتصال السياسي.</p> <p>ب/٢- يميز وظائف الاتصال السياسي</p> <p>ب/٣- يستنتج الفروق بين نظريات الاتصال السياسي.</p> <p>ب/٤- يحلل بيئة الاتصال السياسي والعلاقة بين العملية الاتصالية والسياسية</p> <p>ب/٥- يميز الفرق بين أنواع الاتصال السياسي.</p> <p>ب/٦- يفسر أسباب أهمية التخطيط للحملات الانتخابية.</p> <p>ب/٧- يحلل الرموز والشعارات الانتخابية .</p> <p>ب/٨- يحلل نماذج تطبيقية لحملات انتخابية .</p> <p>ب/٩- يفسر معايير إدارة صورة الدولة وعلاقتها بالاتصال السياسي.</p>	<p>ض- المهارات الذهنية:</p>
<p>ج/١٦ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/١ ٤-٧ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/١ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/٥، ج/٧ ٤-٨ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/٥، ج/٨ ٤-٣، ٤-٦، ٤-٨ الخاصة بالخريج</p>	<p>ج/١٦ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/١ ٤-٧ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/١ ٤-٢ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/٥، ج/٧ ٤-٨ الخاصة بالخريج</p> <p>ج/٥، ج/٨ ٤-٣، ٤-٦، ٤-٨ الخاصة بالخريج</p>	<p>ج/١- يطبق أنماط التفكير الحديثة لتقييم حملة إنتخابية</p> <p>ج/٢- ينفذ بحثاً علمياً لتحليل الاساليب التسويقية للحملات الانتخابية في الوسائل الحديثة مقارنة بالوسائل التقليدية</p> <p>ج/٣- يعد العروض التقديمية الخاصة بمعايير إدارة صورة الدولة وعلاقتها بالاتصال السياسي .</p>	<p>غ- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:</p>



		ج/٤- يطبق كيفية التسويق والاتصال للمنظمات والحكومات.	
٤/د	٤-٥ الخاصة بالخريج	د/١- يعمل مع الجماعة بأسلوب الفريق الواحد.	ظ- المهارات العامة:
٧/د	١٠-٥ الخاصة بالخريج	د/٢- يناقش الحملات الانتخابية التي يتعرض لها ويقارن بينها.	
٧/د	٨-٥ الخاصة بالخريج	د/٣- يعرض تقريراً عن أحد الحملات الانتخابية.	
٢/د	٢-٥ الخاصة بالخريج	د/٤- يستخدم شبكة الانترنت ويجيد مهارات البحث عن القراءات الأخرى ذات العلاقة بالتصالح السياسي.	



<p>٤/١- مفهوم الاتصال السياسي وتعريفه ونشأته وتطوره ٤/٢-العناصر الأساسية لعملية الاتصال السياسي. ٤/٣-نظريات الاتصال السياسي. ٤/٤-نظريات الاتصال السياسي. ٤/٥-بيئة الاتصال السياسي والعلاقة بين العملية الاتصالية والسياسية . ٤/٦-أهداف الاتصال السياسي. ٤/٧- امتحان منتصف الفصل الدراسي. ٤/٨-أنواع الاتصال السياسي. ٤/٩-وظائف الاتصال السياسي. ٤/١٠-الاتصال السياسي في وسائل الاتصال الجديدة . ٤/١١- التسويق والاتصال السياسي للمنظمات والحكومات والأحزاب السياسية . ٤/١٢-إدارة الاتصال السياسي في الحملات الانتخابية. ٤/١٣- نماذج تطبيقات حملات انتخابية بالتطبيق على عملية الاتصال السياسي ٤/١٤-الاتصال السياسي وإدارة صورة الدولة. ٤/١٥- امتحان نهاية الفصل الدراسي.</p>	<p>٤- محتوى المقرر</p>
<p>١/٥ المحاضرة. ٢/٥ المناقشة و الحوار. ٣/٥ دراسات حالة من خلال عرض حملات انتخابية وتبادل الآراء والتعامل مع الطلاب. ٤/٥ تقسيم الطلاب إلى فرق عمل (التعلم التعاوني). ٥/٥ توجيه الطلاب لقراءات خارجية. ٦/٥ التعلم الذاتي عن طريق البحث عبر الإنترنت والبحث داخل المكتبة وتلخيص ما اطلع عليه والاستعانة بما قرأ أثناء المناقشات. ٧/٥ العصف الذهني. ٨/٥ عروض تقديمية. ٩/٥التعليم الإلكتروني من خلال منصة البلاكبورد والمحاضرات التفاعلية عبر المنصة.</p>	<p>٥- أساليب التعليم والتعلم:</p>
<p>لا تقبل الكلية الطلاب الذين لديهم حالات تأخر عقلي أو ذهني ولكن يتم قبول فاقدي البصر وفي هذه الحالة يتم ما يلي: ١/٦-توفير المحتوى الدراسي على CD في صورة Wordسهولة تحويلها بطريقة برايل (طلاب أكفأ) ٢/٦ وفي الاختبارات يقوم الطالب بنفسه بكتابة الامتحان من خلال أجهزة كمبيوتر خاصة متوفرة بقاعة طه حسين بالمكتبة المركزية، ويتم تدريب الطلاب على هذه الأجهزة قبل أداء الامتحان.</p>	<p>٦- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة:</p>
<p>٧- تقويم الطلاب:</p>	<p>٧- تقويم الطلاب:</p>
<p>١/٧- الاختبار التحريري لمنتصف الفصل الدراسي .</p>	<p>ق- الأساليب</p>



المستخدمة:	٢/٧- الأبحاث والتكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب على البحث . ٣/٧- المناقشة والمشاركة في المحاضرة. ٤/٧- اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي.
ر- التوقيت:	- اختبار منتصف الفصل الدراسي في الأسبوع السابع. - تكليف (١) الأسبوع الرابع. - تكليف (٢) الأسبوع التاسع. - المشاركة في جميع الأسابيع. - اختبار نهاية الفصل الدراسي في الأسبوع الخامس عشر.
ش- توزيع الدرجات	- اختبار المنتصف ٢٠% - أعمال السنة (تكاليف+مشاركة+حضور+عروض إن أمكن لكل مجموعة) ٣٠% - اختبار تحريري نهاية الفصل الدراسي ٥٠%
٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:	
ذ- كتب ملزمة:	- مذكرة في الاتصال الاتصال السياسي (د.مسعد السعيد صالح)
ض- كتب مقترحة:	شيماء ذوالفقار حامد، (٢٠١٥) ، الاتصال السياسي: قضايا وتطبيقات، هالة محمود عبدالعال،(٢٠١٧) تقييم الدعايا السياسية في الانتخابات البرلمانية. فلاح عامر الدهشمي ،(٢٠١٥) الاتصال الجماهيري(الحرب النفسية- الشائعات- الدعاية- الرأي العام - الاقناع) .
غ- دوريات علمية أو نشرات... إلخ	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام

أستاذ المقرر : د/ مسعد السعيد صالح

رئيس مجلس القسم العلمي : أ.د. داليا محمد عبد الله



توصيف مقرر دراسي

جامعة: القاهرة

كلية: الإعلام

قسم: علاقات عامة وإعلان

٩- بيانات المقرر:		
الفرقة/ المستوى: الثالث	اسم المقرر: التسويق الاجتماعي	الرمز الكودي: PRA301
/ عملي:	عدد الوحدات الدراسية: نظري: ٣	التخصص: علاقات عامة وإعلان

٢- هدف المقرر:	<p>بعد الانتهاء من هذا المقرر يكن الطالب قادراً على:</p> <ol style="list-style-type: none">١- شرح تطور مفهوم التسويق الاجتماعي.٢- تحديد الفرق بين التسويق الاجتماعي والتسويق التجاري.٣- فهم أهمية البحوث وطرق القيام بها في مجال التسويق الاجتماعي.٤- التخطيط لحملات التسويق الاجتماعي.٥- مناقشة الانتقادات الموجهة للتسويق الاجتماعي.٦- وصف المداخل الإقناعية المستخدمة في حملات التسويق الاجتماعي.٧- تحديد أهم النماذج العلمية والنظريات المستخدمة في تفسير تأثير حملات التسويق الاجتماعي.٨- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حملات التسويق الاجتماعي.٩- وصف الفرص والتحديات المرتبطة بالتسويق الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.١٠- تحديد أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في حملات التسويق الاجتماعي.
----------------	--

٣- المستهدف من تدريس المقرر:	المعايير الأكاديمية المرجعية الخاصة بالمهارات الواجب على الخريج اكتسابها وكذلك الخاصة ببرنامج العلاقات العامة والإعلان	نواتج التعلم المستهدفة من برنامج العلاقات العامة والإعلان
أ- المعلومات والمفاهيم:	١-٢ الخاصة بالخريج	١/أ
	١-٢ الخاصة بالخريج	١/أ



١٠/أ	٥-٢ الخاصة بالخريج	٤/أ يحدد الفرق بين التسويق الاجتماعي والتسويق التجاري.	
٥/أ	٢-٢ الخاصة بالخريج	٥/أ يلخص العوامل التي تحدد نجاح أو فشل حملات التسويق الاجتماعي.	
٧/أ	٤-٢ الخاصة بالخريج	٦/أ يتعرف على نشأة التسويق الاجتماعي الرقمي ووسائله.	
١/أ	١-٢ الخاصة بالخريج	٧/أ التعرف على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حملات التسويق الاجتماعي.	
٦/أ	٢-٢ الخاصة بالخريج	٨/أ تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في حملات التسويق الاجتماعي.	
٦/ب	١-٣ الخاصة بالخريج	بعد الانتهاء من هذا المقرر يكون الطالب قادراً على: ب/١ يصنف مراحل التخطيط الاستراتيجي لحملات التسويق الاجتماعي	بب- المهارات الذهنية:
٣/ب	١-٣ الخاصة بالخريج	ب/٢ يختار تكتيكيات التسويق الاجتماعي المناسبة في الحملات الإعلامية.	
٤/ب	٥-٣ الخاصة بالخريج	ب/٣ يفسر النماذج والمداخل النظرية المستخدمة في التسويق الاجتماعي	
٨/ب	٣-٣ الخاصة بالخريج	ب/٤ يفسر أسباب تطور ونمو التسويق الاجتماعي.	
٣/ب	٤-٣ الخاصة بالخريج	ب/٥ تصميم أداة لجمع البيانات في البحث الاجتماعي.	
١٥/ب	٦-٣ الخاصة بالخريج	ب/٦ تحليل المفاهيم الأساسية الخاصة بالأرقام والإحصاءات عند عرض النتائج.	
١٠/ب	٩-٣ الخاصة بالخريج	ب/٧ تقييم فعالية بعض حملات التسويق الاجتماعي كدراسات حالة.	
٦/ب	٩-٣ الخاصة بالخريج	ب/٨ نقد وتقييم الممارسات التسويقية والإعلانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	
١٨/ب	٧-٣ الخاصة بالخريج	ب/٩ يناقش كيفية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق للأفكار والقضايا الاجتماعية.	



٢/ج	٣-٤ الخاصة بالخريج	ج/١ يطبق مراحل التخطيط الاستراتيجي لحملات التسويق الاجتماعي على إحدى القضايا الاجتماعية أو الصحية المتواجدة في المجتمع المصري. ج/٢ يصمم رسائل إعلانية خاصة بحملة التسويق الاجتماعي تتلاءم مع خصائص كل وسيلة. ج/٣ يقيم عناصر الموقف التسويقي الخاصة بحملة التسويق الاجتماعي. ج/٤ اعداد خطة التسويق الاجتماعي. ج/٥ التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في حملات التسويق الاجتماعي.	جج- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر:
٢/ج	٦-٤ الخاصة بالخريج		
١/ج	٧-٤ الخاصة بالخريج		
٥/ج	٢-٤ الخاصة بالخريج		
١٣/ج	٨-٤ الخاصة بالخريج		
٤/د	٤-٥ الخاصة بالخريج	د/١ يعمل بأسلوب فريق الجماعة. د/٢ يستخدم الكمبيوتر.	
١/د	١-٥ الخاصة بالخريج	د/٣ يطلع على كل ما هو جديد في مجال التسويق الاجتماعي.	
١٠/د	١١-٥ الخاصة بالخريج	د/٤ يعرض تقريراً عن إحدى حملات التسويق الاجتماعي.	
٧/د	٨-٥ الخاصة بالخريج	د/٥ التعامل بكفاءة مع الانترنت وبرامجه المختلفة والدخول على المنصة التعليمية البلاك بورد. د/٦ يفكر بشكل نقدي.	دد- المهارات العامة:
٢/د	٢-٥ الخاصة بالخريج	د/٧ قادر على إدارة الوقت.	
٦/د	١٠-٥ الخاصة بالخريج	د/٨ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	
٨/د	٩-٥ الخاصة بالخريج		
١٠/د	١١-٥ الخاصة بالخريج		



أسبوع الدراسة	الموضوعات	ساعات التدريس
١	تعريف التسويق الاجتماعي ومراحل تطوره.	٣
٢	مبادئ وأسس التسويق الاجتماعي.	٣
٣	عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي.	٣
٤	الفرق بين التسويق الاجتماعي والتسويق التجاري.	٣
٥	الانتقادات الأساسية التي توجه للتسويق الاجتماعي والرد عليها.	٣
٦	شروط نجاح حملات التسويق الاجتماعي.	٣
٧	امتحان المنتصف	١
٨	التخطيط الاستراتيجي لحملات التسويق الاجتماعي.	٣
٩	تقنيات التسويق الاجتماعي المستخدمة في الحملات الإعلامية.	٣
١٠	المداخل النظرية المستخدمة في التسويق الاجتماعي.	٣
١١	التسويق الاجتماعي والمسئولية الاجتماعية ودورها في تعزيز المشاركة المجتمعية - تطبيقات عملية.	٣
١٢	النماذج العلمية المستخدمة في تفسير تأثير حملات التسويق الاجتماعي.	٣
١٣	آليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حملات التسويق الاجتماعي.	٣
١٤	أهم تطبيقات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي المستخدمة في حملات التسويق الاجتماعي.	٣
١٥	الامتحان النهائي	٢

٤- محتوى المقرر

١/٥ المحاضرة.

٢/٥ المناقشات.

٣/٥ عروض تقديمية لحملات التسويق الاجتماعي واستعراض مراحل تخطيطها.

٤/٥ تقسيم الطلاب إلى فرق عمل.

٥- أساليب التعليم
والتعلم:



١/٦- توفير المحتوى الدراسي على CD لسهولة تحويلها بطريقة برايل (طلاب مكفوفين). ٢/٦ تقسيمهم إلى مجموعات صغيرة (إن وجدوا). ٣/٦ في حالة تغيب البعض عن امتحان المنتصف يحدد لهم موعداً آخر.	٦- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة:
	٧- تقويم الطلاب:
١/٧- الاختبار التحريري لمنتصف الفصل الدراسي. ٢/٧- التكاليف الدراسية لتقييم قدرة الطالب على البحث والتقصي. ٣/٧- المناقشة والمشاركة في المحاضرة. ٤/٧- اختبار تحريري في نهاية الفصل الدراسي	ت- الأساليب المستخدمة:
- امتحان المنتصف (الأسبوع السادس) - (تكليف): الأسبوع الثامن. - اختبار نهاية الفصل الدراسي: الأسبوع ١٣.	ث- التوقيت:
- اختبار المنتصف ٢٠% - أعمال السنة (تكاليف+مشاركة+حضور+عروض إن أمكن لكل مجموعة) ٣٠% - اختبار تحريري نهاية الفصل الدراسي ٥٠%	خ- توزيع الدرجات
٨- قائمة الكتب الدراسية والمراجع:	
سنوى العوادلي، ٢٠١١، التسويق الاجتماعي، الطبعة الأولى، (القاهرة: دار النهضة العربية).	ظ- كتب ملزمة:
Philip Kotler, Nancy lee, 2008, Social marketing in Influence Behaviors for Good, 3 rd, (London: Sage Publication). Alan, Anderson ,2006, Social Marketing in 21 Century, (London : sage publication).	أأ- كتب مقترحة:
European journal of marketing Social marketing quarterly المجلة المصرية لبحوث الإعلام.	باب- دوريات علمية أو نشرات... إلخ

أستاذ المقرر: أ. د/ سنوى العوادلي

رئيس مجلس القسم العلمي: أ.د. داليا محمد عبد الله



																				√	الثالث	عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي.		
				√																	√	الرابع	الفرق بين التسويق الاجتماعي والتسويق التجاري.	
									√												√	الخامس	الانتقادات الأساسية التي توجه للتسويق الاجتماعي والرد عليها.	
									√												√	السادس	شروط نجاح حملات التسويق الاجتماعي.	
																							السابع	امتحان المنتصف
																							الثامن	التخطيط الاستراتيجي لحملات التسويق الاجتماعي.



اسم المقرر: التسويق الإجتماعي
كود المادة: PRA301

جامعة: القاهرة
كلية: الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أنماط التعليم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات المستهدفة	مهارات المعرفة والفهم																				أنماط التعليم									
	أ/ ١	أ/ ٢	أ/ ٣	أ/ ٤	أ/ ٥	أ/ ٦	أ/ ٧	ب/ ١	ب/ ٢	ب/ ٣	ب/ ٤	ب/ ٥	ب/ ٦	ب/ ٧	ب/ ٨	ب/ ٩	ج/ ١	ج/ ٢	ج/ ٣	ج/ ٤		ج/ ٥	د/ ١	د/ ٢	د/ ٣	د/ ٤	د/ ٥	د/ ٦	د/ ٧	د/ ٨
المحاضرة	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓				
المناقشة																		✓	✓	✓										
العروض التقديمية (كعرض أفلام أو حملات إعلانية)																									✓		✓	✓		



				√		√	√				√	√	√	√									√	√							التدريب العملي		
										√	√					√		√	√						√		√						العصف الذهني

توقيع رئيس القسم.

أ.د. داليا محمد عبد الله

توقيع منسق المقرر

أ.د. سلوى العوادلي



اسم المقرر: التسويق الاجتماعي
كود المادة: PRA301

جامعة: القاهرة
كلية: الإعلام
قسم: العلاقات العامة والإعلان

العلاقة بين أساليب التقييم والمهارات المستهدفة من المقرر

المهارات العامة والمنقولة								المهارات المهنية					المهارات الذهنية								مهارات المعرفة والفهم								المهارات المستهدفة	
د	/د	ج	ج	ج	ج	ج	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب	أ	أ	أ	أ	أ	أ	أ	أ	أساليب التقييم						
٨/	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٥	٤	٣	٢	١	٩/	٨/	٧/	٦/	٥/	٤/	٣/	٢/	١/	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	اختبارات شفوية	
			√	√	√		√			√	√	√			√					√	√					√			اختبارات تحريرية	
				√		√	√													√	√						√		أعمال فصلية مثل قيام مجموعة من الطلاب باختيار فكرة لإحدى القضايا الصحية أو الاجتماعية وتطبيق مراحل التخطيط الإستراتيجي على هذه الفكرة	
	√	√		√		√	√			√	√	√	√	√								√	√					√	المشاركة في المحاضرة	
				√				√	√	√	√	√																	امتحان عملي	

توقيع رئيس القسم.

أ.د. داليا محمد عبد الله

توقيع منسق المقرر

أ.د. سلوى العوادلي