

مقررات برنامج بكالوريوس العلاقات العامة

المستوي الأول

اسم المقرر:	مدخل للعلاقات العامة
رمز المقرر:	علق112
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	- مدخل إلى العلاقات العامة. - تطور مفهوم العلاقات العامة.	3
2	- الرواد الأوائل للعلاقات العامة.	3
3	- وظائف العلاقات العامة. - الإطار الأخلاقي لممارسة مهنة العلاقات العامة.	3
4	- أهمية العلاقات العامة للمنظمات المعاصرة. - العلاقات العامة في ظل تعقد المجتمع المعاصر.	3
5	- العلاقات العامة وبناء سمعة جيدة عن المؤسسة. - العلاقات العامة والجمهور.	3
6	- العلاقات العامة ووسائل الإعلام. - العلاقات العامة والمسئولية الاجتماعية.	3
7	- العلاقات العامة وعملية البحث.	3
8	- العلاقات العامة وعملية التخطيط.	3
9	- العلاقات العامة وعملية الاتصال.	3
10	- العلاقات العامة وعملية التقويم.	3
11	- العلاقات العامة في مواجهة الجمهور. - العلاقات العامة والاهتمام بالعاملين.	3
12	- برامج العلاقات العامة مع العاملين وأسسها.	3
13	- أهداف برامج العلاقات العامة.	3
14	- برامج العلاقات العامة والجمهور الخارجي.	3
15	- وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة.	3
	المجموع	45

اسم المقرر:	برامج التصميم الحاسوبية1
رمز المقرر:	علق111
الساعات المعتمدة:	3

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
6	Computer graphic introduction Graphic devices Output device- input device Representation of image in computer	1
6	Converting image into binary form Frame buffer-scan conversion Scan conversion of primitive object-text in graphic	2
6	Transformation Modelling	3
9	Three-dimensional viewing Segmentation in graphic	4
9	Geometric modelling Graphic programming	5
9	Levels Principles and concepts Drafting packages	6
45	المجموع	

المستوي الثاني

اسم المقرر:	برامج التصميم الحاسوبية (2)
رمز المقرر:	علق 113
الساعات المعتمدة:	3

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
3	Intro to CAD, Intro to AutoCAD	1
3	Precision Drawing & Drawing Aids	2
3	Geometric Shapes	3
3	Editing Tools	4
3	Architectural Views & Drafting Views	5
3	3D modeling with AutoCAD (Surfaces, Solids)	6
3	3D Modeling with SketchUp	7
3	Advantages of 3D Solid Modeling	8
3	Annotating in AutoCAD with Text & Hatching	9
3	Layers	10
3	Templates & Design Center	11
3	Advanced plotting (Layouts, Viewports), Office Standards	12
3	Dimensioning	13
3	Internet and collaboration	14
3	Blocks, drafting symbols, Attributes, extracting data (as time allows)	15
45	المجموع	

اسم المقرر:	الاتصال التنظيمي في العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق 114
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل للاتصال التنظيمي	3
2	الاتصال التنظيمي: (المفاهيم الأساسية في الاتصال التنظيمي - مستويات الاتصال التنظيمي في المؤسسات العامة والخاصة)	6
3	البيئة الاتصالية في المؤسسات العامة والخاصة: (أنواع الاتصال التنظيمي - مميزات وسلبيات الاتصال التنظيمي - علاقة الاتصال التنظيمي بالإدارة)	6
4	أساليب الاتصال التنظيمي	6
5	الاتصال التنظيمي في إدارة العلاقات العامة	6
6	دور الاتصال التنظيمي في تنفيذ مهام العلاقات العامة	6
7	وسائل الاتصال التنظيمي داخل إدارة العلاقات العامة	6
8	النماذج الأفضل لممارسة الاتصال التنظيمي في العلاقات العامة	6
	المجموع	45

العلاقات العامة ووسائل الإعلام	اسم المقرر:
علق 115	رمز المقرر:
2	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
2	الاتصال الجماهيري: (ادواته - خصائصه - وظائفه)	1
2	مهارات تعامل العلاقات العامة مع وسائل الإعلام الجماهيرية (صحف - إذاعة - تلفزيون - إعلام جديد)	2
4	مهارة توجيه السؤال: (أهمية السؤال - وظائف السؤال - مراحل توجيه الأسئلة - أنواع الأسئلة وفقاً لطبيعتها، وللشكل، وللاتجاه، وللغرض)	3
4	مهارة إدارة الحوار من جانب العلاقات العامة: (مفهوم الحوار وأهميته - خطوات إعداد الحوار وتقويمه - سمات المتحدث الناجح - أنواع الحوار - مستلزمات الحوار المؤثر)	4
4	تمارين عملية في إجراء مقابلة: (صحفية - إذاعية - تلفزيونية)	5
4	استراتيجيات الرد على ما يثار في وسائل الإعلام.	6
2	مهارة الاستماع لوسائل الإعلام: (أهمية حاسة السمع ومستوياتها - عناصر عملية الاستماع والعوامل المؤثرة - أنواع الاستماع)	7
2	المؤتمر الإعلامي وخطوات إعداده	8
4	تمارين عملية في كيفية تعامل العلاقات العامة مع وسائل الإعلام	9
2	المشكلات المتكررة بين العلاقات العامة ووسائل الإعلام وكيفية التغلب عليها	10
30	المجموع	

المستوي الثالث

اسم المقرر:	إدارة العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق 216
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	- مدخل لإدارة العلاقات العامة.	3
2	- المدخل الإداري للعلاقات العامة: - تعريف الشامل بالعلاقات العامة. - دور العلاقات العامة في نجاح الادارة في تحقيق اهدافها. - تأثير المتغيرات البيئية المحيطة على ادارة العلاقات العامة. - مراحل تطور الادارة والفكر الاداري وتأثيره على ادارة العلاقات العامة.	9
3	- تنظيم ادارة العلاقات العامة: - اهمية ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة. - مكانة ادارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة. - التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة. - علاقة ادارة العلاقات العامة مع الادارة العليا للمؤسسة. - علاقة ادارة العلاقات العامة مع الادارات الاخرى في المؤسسة.	9
4	- الممارسة العملية لإدارة العلاقات العامة: - العلاقات العامة والصراع التنظيمي. - العلاقات العامة والتطوير الإداري. - العلاقات العامة والتفاوض. - العلاقات العامة واتخاذ القرارات الإدارية.	9
5	- العلاقات العامة وإدارة الأزمات.	3
6	- إدارة برامج العلاقات العامة: - مفهوم إدارة برامج العلاقات العامة. - وسائل إدارة برامج العلاقات العامة.	6
7	- إدارة وظائف العلاقات العامة: - إدارة الوظيفة الوقائية. - إدارة الوظيفة العلاجية.	6
المجموع		45

اسم المقرر:	التخطيط للعلاقات العامة
رمز المقرر:	علق 217
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	وظائف المؤسسة عامة -وظائف إدارة العلاقات العامة-أهمية التخطيط في العلاقات العامة	3
2	مجالات التخطيط في العلاقات العامة:(التخطيط لإدارة العلاقات العامة-التخطيط للعملاء)	3
3	عناصر خطة العلاقات العامة: تحليل الوضع الراهن.	3
4	تحديد المشكلة والتعرف على نتائجها.	3
5	تحديد هدف الحملة.	3
6	تحديد الجمهور المستهدف.	3
7	تحديد الرسائل	3
8	تحديد الاستراتيجيات	3
9	تكتيكات الاتصال	3
10	جدولة الخطة	3
11	تقدير الميزانية	3
12	تقييم الخطة	3
13	عناصر إضافية في الخطة:(خطاب العرض الخاص بتقديم الخطة للعميل أو المدير - الملخص التنفيذي للخطة -البحوث ذات الصلة)	3
14	نماذج وعينات (مثل النشرات الإخبارية، والإعلانات، والخطابات والبيانات، والدمى الكتيب.. إلخ)	3
15	تدريبات وتطبيقات عملية.	3
	المجموع	45

اسم المقرر:	مدخل إلى الاتصال التسويقي
رمز المقرر:	علق111
الساعات المعتمدة:	2

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	تعريف مفاهيم التسويق الرئيسية.	2
2	كيف يعمل الاتصال التسويقي.	4
3	خليط الاتصال التسويقي.	4
4	التسويق وسلوك المستهلك.	2
5	العلاقات العامة.	2
6	الترويج وترويج المبيعات.	2
7	التسويق المباشر.	2
8	الإعلان.	4
9	تكامل وسائل الإعلان.	4
10	الاتصال التسويقي الإلكتروني.	2
11	تقييم الاتصال التسويقي.	2
	المجموع	30

اسم المقرر:	إدارة المواقع الالكترونية
رمز المقرر:	علق218
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل تعريفي بالمواقع الالكترونية: (مفهومها، أنواعها، عناصرها، أهدافها، قوانينها ومواصفاتها، وكيفية عملها)	6
2	أسس تصميم المواقع الالكترونية - أسس الكتابة للمواقع	9
3	خطوات بناء ونشر وإدارة المواقع الالكترونية. (إدارة التغيير والتحديث - إدارة المضمون - إدارة علاقات العملاء - العلاقة بين إدارة المواقع الالكترونية وأنشطة المؤسسة - القياس في إدارة المواقع الالكترونية)	9
4	استخدام لوحات التحكم لإدارة المواقع الالكترونية	9
5	قضايا في إدارة المواقع الالكترونية (الاختراقات الإلكترونية - التفاعلية في المواقع الإلكترونية - الحقوق الفكرية للمواقع الإلكترونية - متطلبات الموقع "السرعة، الوسائط المتعددة)	9
6	أمثلة وحالات دراسية	3
	المجموع	45

المستوي الرابع

إدارة علاقات العملاء	اسم المقرر:
علق 219	رمز المقرر:
3	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
3	مدخل لإدارة علاقات العملاء	1
6	مفهوم (إدارة علاقات العملاء) وافترضاها ومكوناها وادواها	2
6	أهمية (إدارة علاقات العملاء) وأهدافها ووظائفها	3
6	استراتيجية علاقات العملاء المتكاملة	4
3	استخدام التكنولوجيا الرقمية في إدارة علاقات العملاء	5
6	بناء قواعد بيانات العملاء	6
6	تنظيم مكونات إطار العمل لنموذج إدارة علاقات الزبائن من وجهة نظر العمليات التسويقية	7
6	خطوات ومعوقات تنفيذ إدارة علاقات العميل وتحدياتها	8
3	حالات دراسية في إدارة علاقات العملاء	9
45	المجموع	

اسم المقرر:	تطبيقات العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق220
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	العلاقات العامة وخدمة البيئة	3
2	<ul style="list-style-type: none"> - التعريف الشامل بتطبيقات العلاقات العامة في خدمة البيئة. - دور العلاقات العامة في الحد من حدوث التلوث البيئي. - أهداف العلاقات العامة في خدمة البيئية. - الإعلام البيئي ومقومات نجاحه. - دور العلاقات العامة في مجال خدمة البيئية. 	9
3	<p>العلاقات العامة والسياحية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفهوم السياحة واهميتها وأنواعها. - تعريف العلاقات العامة في مجال السياحة. - ركائز العلاقات العامة في مجال السياحة. - أهداف العلاقات العامة في مجال السياحة. - خصائص وصفات العاملين في العلاقات العامة في مجال السياحة. 	9
4	<p>مفهوم العلاقات العامة في المجال التطبيقي في المجتمع المعاصر:</p> <ul style="list-style-type: none"> - اهداف العلاقات العامة في المجال الصحي. - ادارة العلاقات العامة في المجال الصحي.. - خصائص ومميزات العاملين في العلاقات العامة في المجال الصحي.. - تخطيط حملات التوعية الصحية. 	9
5	تطبيقات العلاقات العامة وإدارة الأزمات.	6
6	<p>العلاقات العامة التطبيقية في البنوك:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مكانة ادارة العلاقات العامة في البنوك. - اهداف العلاقات العامة في البنوك. 	9
المجموع		45

اسم المقرر:	نظريات العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق 221
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمه حول المصطلحات ذات الصلة بنظريات العلاقات العامة	3
2	مفهوم النموذج والنظرية	3
3	- التحولات الأكاديمية والمهنية في العلاقات العامة	3
4	نماذج ونظريات العلاقات العامة:(نماذج جرونج وهانت -نموذج بيرسون- نموذج شارب نموذج الدوافع المشتركة)	3
5	ادوار العلاقات العامة	3
6	النظرية الموقفية	3
7	نظرية التنسيق	3
8	نظرية المزايا التنافسية	3
9	نظرية الامتياز	3
10	نظرية الحوار	3
11	نظرية النظم	3
12	النظريات والنماذج المعرفية والسلوكية المرتبطة العلاقات العامة	3
13	النظريات والنماذج الخاصة بالاتصال في العلاقات العامة	3
14	استخدام نماذج ونظريات العلاقات العامة في الدراسات الإعلامية	3
15	تطور نماذج ونظريات العلاقات العامة في بيئة الإعلام الجديد	3
45	المجموع	

اسم المقرر:	الخبر الصحفي
رمز المقرر:	صحف 216
الساعات المعتمدة:	4

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مقدمة عن الفنون الصحفية وموقع الخبر منها	4
2	تعريف الخبر الصحفي، وبيان أهميته واستخداماته في النشاط التسويقي	4
3	أنواع الأخبار وتصنيفاتها المتعددة	4
4	تطبيقات عملية على تحديد نوع الخبر من خلال تحليل نماذج منشورة في الصحف	8
5	القيم الإخبارية، ومعايير اختيار الأخبار ونشرها، وتشمل: <ul style="list-style-type: none"> ● مفهوم القيم الإخبارية ● القيم الخبرية الأساسية: الجودة، الأهمية ● القيم الخبرية التفضيلية: القرب المكاني أو النفسي، الشهرة، الضخامة، الصراع، الغرابة والطرافة ● المعايير الخاصة بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية 	8
6	تطبيقات عملية على معايير اختيار الأخبار ونشرها	8
7	مصادر الأخبار، وتشمل: <ul style="list-style-type: none"> ● المصادر الذاتية للأخبار في وسائل الإعلام: المندوب، المخبر، المراسل الصحفي وأنواعه ● مهارات المخبر الصحفي ● المصادر الخارجية: وكالات الأنباء، الخدمات الصحفية.. الخ 	4
8	تدريبات عملية للطلاب على جلب الأخبار، وتغطية مناسبات معينة	8
9	تحرير الأخبار وصياغتها، وتشمل: <ul style="list-style-type: none"> ● من يكتب الأخبار؟ مسيرة الخبر من المخبر وحتى القارئ ● الأشكال الصحفية التي تعرض المادة الإخبارية في الصحيفة ● الأساليب التقليدية لكتابة الأخبار: الهرم المقلوب، الهرم المعتدل ● الاتجاهات الحديثة لكتابة الأخبار: نمط وول ستريت جورنال (التركيز على الفرد)، نمط الساعة الرملية ● تحرير العنوان، والمقدمة وأنواعهما 	4
10	تطبيقات عملية على كتابة الأخبار	8
المجموع		60

المستوي الخامس

اسم المقرر:	اخلاقيات العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق322
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل عام لطبيعة ممارسة العلاقات العامة وما يرتبط بها من سلوكيات أخلاقية	3
2	العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية	6
3	المعايير المهنية لممارسة العلاقات العامة	6
4	عرض ومناقشة مبادئ الشرف وأخلاقيات المهنة في مجال العلاقات العامة (ميثاق جمعية العلاقات العامة الأمريكية نموذجاً)	6
5	القرارات الأخلاقية المتصلة بواجب رجل العلاقات العامة تجاه الذات والعميل والمهنة والمجتمع	6
6	الالتزام بذكر الحقائق في عمل العلاقات العامة وأهميته فيما يتعلق بالمدح والثناء، أمانة النقل عن الآخرين، عدم التضليل وتزييف المعلومات، تصحيح المعلومات الخاطئة	9
7	أخلاقيات العمل مع وسائل الإعلام (معرفة المبادئ الأخلاقية لكل وسيلة، أخلاقيات التعامل مع الإعلاميين وبناء علاقات معهم)	9
	المجموع	45

العلاقات العامة التسويقية	اسم المقرر:
علق323	رمز المقرر:
3	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
6	مفهوم العلاقات العامة التسويقية وعلاقتها بالاتصال التسويقي المتكامل	1
6	جوانب القوة والضعف في العلاقات العامة أداة تسويقية	2
6	أساليب بناء العلاقة بين الشركة أو المنتج والجمهور والحفاظ عليهما	3
3	أهداف العلاقات العامة التسويقية	4
3	استراتيجيات العلاقات العامة التسويقية	5
6	أساليب وأدوات العلاقات العامة التسويقية	6
3	دراسة حالة على برنامج للعلاقات العامة التسويقية في إحدى الشركات	7
6	أسس تحرير المواد الإعلامية التسويقية	8
6	ورشة عمل لإعداد مواد إعلامية تسويقية	9
45	المجموع	

اسم المقرر:	الكتابة للعلاقات العامة
رمز المقرر:	علق324
الساعات المعتمدة:	4

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مبادئ الكتابة للعلاقات العامة	4
2	البيان الصحفي: (مفهوم البيان الصحفي، قواعد كتابة البيان الصحفي، البيانات الصحفية المسجلة بالأشرطة المسموعة والمرئية، البيانات الصحفية الإلكترونية)	12
3	استراتيجيات الكتابة في مجال العلاقات العامة: (استراتيجية التثقيف وتقديم المعلومات، استراتيجية اليسر، استراتيجية الإقناع، استراتيجية الترغيب، استراتيجية الترهيب، استراتيجية المساومة، استراتيجية التعاون لحل المشكلة، استراتيجية الدعاية للقادة أو المؤسسة)	12
4	استراتيجيات الرد على التغطية السلبية في وسائل الإعلام: (الإنكار، "النفي والتكذيب"، التهرب من المسؤولية، التخفيف من وقع الحدث أو درجة اللوم، اتخاذ إجراءات تصحيحية، الاعتراف بالذنب وطلب العفو)	12
5	الكتابة للمواقع الإلكترونية.	4
6	المتحدث الرسمي في المؤسسة	4
7	كتابة الخطب والكلمات للمسؤولين	4
8	الإجابة عن أسئلة الصحفيين الموجهة لقادة المؤسسة	4
9	أمثلة وحالات دراسية	4
60	المجموع	

التقرير الصحفي	اسم المقرر:
325 صفح	رمز المقرر:
3	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
3	مفهوم التقرير الصحفي، وبيان أهميته في العمل الصحفي.	1
3	أنواع التقرير الصحفي وأشكاله.	2
3	سمات التقرير الصحفي وخصائصه.	3
3	تطبيقات عملية على تحديد نوع التحقيق الصحفي وخصائصه في نماذج منشورة في الصحف.	4
6	خطوات إعداد التقرير الصحفي	5
6	خطوات كتابة التقرير الصحفي	6
6	كتابة التقرير الصحفي بأسلوب النص التفاعلي وأدوات الربط الخاصة به.	7
3	كتابة مقدمة التقرير.	8
3	كتابة عناوين التقرير.	9
3	كتابة العناوين الفرعية للنص وشروحات الصور.	10
6	تمارين تطبيقية.	11
45	المجموع	

المستوي السادس

اسم المقرر:	بحوث العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق325
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل إلى البحوث الإعلامية: (مناهج البحوث "كمية أو كيفية" - أنواع البحوث)	3
2	الخطوات الأولية في بحوث العلاقات العامة: (العناصر الأساسية - مجتمعات الدراسة وعيناتها)	6
3	أدوات بحوث العلاقات العامة: (الدراسات المسحية - تحليل المحتوى "المضمون" - الدراسات لتجريبية)	9
4	البحوث المنهجية في العلاقات العامة.	6
5	البحوث غير المنهجية في العلاقات العامة	6
6	مصادر المعلومات لبحوث العلاقات العامة	3
7	نماذج بحثية في العلاقات العامة	3
8	مشروعات بحثية في العلاقات العامة.	3
9	تطبيقات عملية لبحوث العلاقات العامة.	3
10	رؤية مستقبلية لمجالات بحوث العلاقات العامة.	3
45	المجموع	

العلاقات العامة الدولية	اسم المقرر:
علق326	رمز المقرر:
2	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
3	مفاهيم العلاقات العامة الدولية	1
6	المراحل التاريخية لتطور العلاقات العامة: <ul style="list-style-type: none"> • تطور العلاقات العامة في أمريكا. • تطور العلاقات العامة في أوروبا. • تطور العلاقات العامة في الهند. • تطور العلاقات العامة في مصر. • تطور العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية. 	2
8	عمليات العلاقات العامة في المجال الدولي: <ul style="list-style-type: none"> • أهمية عمليات العلاقات العامة بالمؤسسات الدولية. • اجراء البحوث والدراسات الدولية. • عمليات التخطيط الدولي. • عمليات الاتصال الدولي. 	3
6	ادوار العلاقات العامة الدولية: <ul style="list-style-type: none"> • ادوار العلاقات العامة في المؤسسات الدولية الخاصة. • ادوار العلاقات العامة في المؤسسات شبه الحكومية. 	4
2	العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الدولية	5
4	قضايا العلاقات العامة: <ul style="list-style-type: none"> • العلاقات العامة الدولية والإعلام. • مبادئ العلاقات العامة على المستوى الدولي. • مهارات العاملين في العلاقات العامة الدولية. 	6
4	<ul style="list-style-type: none"> • إدارة الدبلوماسية الشعبية. • إدارة الدبلوماسية الإعلامية 	7
45	المجموع	

اسم المقرر:	الحملات الإعلامية
رمز المقرر:	علق 327
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل تعريفي بالحملات الإعلامية	3
2	الحملات الإعلامية: الأنواع والعلاقات: <ul style="list-style-type: none"> • مفهوم الحملة. • أنواع الحملات الإعلامية. • مناهج الحملات الإعلامية. • ماهية الاتجاهات. • الاتجاهات والقيم. • حملات الإقناع وعلاقتها بالاتجاهات والقيم والمعتقدات. • الدوافع وحملات التوعية الإعلامية. 	9
3	الحملات الإعلامية والنظريات الاتصالية: تطبيقاتها العملية: <ul style="list-style-type: none"> • نظريات الإقناع. • نماذج للنظريات الإقناع ذات العوامل الخارجية، والداخلية. • الاستراتيجيات النظرية الحديثة.. • نظريات حجم التأثير في وسائل الإعلام. • النظرية الإعلامية ومراحل الاستجابة لدى الجمهور. 	9
4	الحملات الإعلامية وعناصر العملية الاتصالية: (المرسل، وخصائصه -الرسائل وخصائصها -المستقبل. - الوسائل وخصائصها)	6
5	الفرق بين الحملات الإعلامية وحملات العلاقات العامة	3
6	خطوات الحملات وطرق تنفيذها: (تحديد المشكلة -تحديد الأهداف والاستراتيجيات -تحديد الجمهور المستهدف -تحديد العوامل الأخرى المحيطة -تحديد الوسائل والقنوات الاتصالية-تحديد الرسائل -تحديد الميزانية وكيفية الحصول عليها -الجدولة والإدارة والتنفيذ -التقييم)	9
7	الحملات الإعلامية وبحوث التغذية: (التغذية المتقدمة -ما بعد الإنتاج)	6
45	المجموع	

إنتاج المواد المطبوعة للعلاقات	اسم المقرر:
علق328	رمز المقرر:
3	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
3	مقدمة في عملية الإنتاج	1
6	أسس التصميم الفني (المفهوم-التوازن-التباين-التناسب – الاتجاه – التنوع-الوحدة)	2
3	العوامل المؤثرة على إنتاج مطبوعات العلاقات العامة	3
6	انواع مطبوعات العلاقات العامة:(مجلة المؤسسة-المذكرات-التقرير-النشرات-الملصقات)	4
3	الفنون التحريرية المستخدمة في إنتاج المطبوعات	5
3	دور الحاسب الآلي في عملية إنتاج المطبوعات	6
3	برامج معالجة نصوص المطبوعات	7
3	التقنيات الحديثة في إخراج وتصميم مطبوعات العلاقات العامة	8
3	دور الحاسب في الإنتاج الطباعي	9
3	تشغيل برنامج In Design، وطلب ملف جديد وحفظه وإغلاقه	10
3	فتح الملف وكتابة النصوص، عمل تنسيق للنصوص (نوع الخط – حجم الخط- المحاذاة – اللون)	11
3	تنسيق النصوص (لون الحدود وعرضها) نسخ التنسيق، تنسيق مربع النص وتنسيق الفقرات	12
3	إلغاء بعض عناصر الصفحة، إضافة ترقيم للصفحة، إضافة ترقيم للقسم، إضافة ترقيم للفصل	13
45	المجموع	

إنتاج مواد الإذاعة والتلفزيون للعلاقات العامة	اسم المقرر:
علق 329	رمز المقرر:
3	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
3	ماهية الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني	1
3	دور الإنتاج الإعلامي للعلاقات العامة في المجتمع	2
6	نوعية الوسائل الاتصالية الاذاعية والتلفزيونية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة	3
6	المواد الإعلامية التي تنتجها العلاقات العامة في المؤسسات والشركات.	4
3	انتاج النشرة الإعلامية	5
3	انتاج الإعلان	6
3	أنتاج البرامج	7
6	ضوابط وشروط إنتاج المواد السمعية والبصرية	8
3	الأفلام التسجيلية والوثائقية	9
3	الرسالة الإخبارية والتقارير	10
3	الحملات الإعلانية والإعلامية	11
3	إدارة مواد العلاقات العامة في الإذاعة والتلفزيون	12
45	المجموع	

اسم المقرر:	المقال الصحفي
رمز المقرر:	332 صحف
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مفهوم المقال وتعريفه.	3
2	تاريخ المقال وجذوره في الأدب العربي والعالمي.	3
3	وظائف المقال.	3
4	عناصر المقال (الأفكار. اللغة. الأسلوب)	6
5	استخدامات الحاسوب في كتابة المقال وتحريره.	3
6	عناصر البناء اللغوي للمقال (المفردة. الجملة. الفقرة)	3
7	أجزاء المقال (العنوان. المقدمة. الجسم. الخاتمة)	3
8	خطة كتابة المقال (تحديد الفكرة. وضع العناصر. جمع المعلومات. كتابة المسودة. تحرير المسودة. كتابة النسخة النهائية)	6
9	تقسيمات المقال (أو أنواعه)	6
10	تدريبات عملية تتضمن: تحليل ونقد مقالات منشورة، كتابة مقالات متنوعة الموضوعات والأساليب	6
11	اختبارات تجريبية	3
	المجموع	45

المستوي السابع

اسم المقرر:	تنظيم وإدارة فاعليات العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق430
الساعات المعتمدة:	4

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل لتنظيم وإدارة المناسبات	4
2	دبلوماسية العلاقات العامة: <ul style="list-style-type: none"> • مفهوم الدبلوماسية • دبلوماسية العلاقات العامة • دبلوماسية محترفي العلاقات العامة 	12
3	البروتوكول: <ul style="list-style-type: none"> • مفهوم البروتوكول • نشأة البروتوكول • المراسم • أهم قواعد البروتوكول ومجالات تطبيقها • قواعد آداب السلوك (التيكيت) ومجالات تطبيقها 	12
4	<ul style="list-style-type: none"> • اتيكيت حق الاسبقيات • اتيكيت المناسبات الخاصة • اتيكيت السلام • اتيكيت الحديث 	12
5	مراسم المؤتمرات والندوات	8
6	ماهية الاحداث الخاصة: <ul style="list-style-type: none"> • دور العلاقات العامة في تنظيم الاحداث الخاصة. • تنظيم المؤتمرات. • تنظيم المعرض. • تنظيم المهرجانات والاحتفالات. • تنظيم الاحداث الخاصة الصغرى. 	12
المجموع		60

اسم المقرر:	الصورة الذهنية في العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق431
الساعات المعتمدة:	2

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	لمحة تاريخية عن نشأة الصورة الذهنية ومفهومها وتطورها	2
2	دوافع الاهتمام بدراسة الصورة الذهنية للأفراد والمؤسسات والدول	2
3	توصيف وظيفية تحسين صورة الأفراد والمؤسسات والحكومات والدول في العلاقات العامة وأساليب إدارتها	2
4	أساليب تنظيم العمل في إدارة الصورة الذهنية في العلاقات العامة	2
5	أهداف الصورة الذهنية وخصائصها وسماتها	4
6	دعائم تكوين صورة ذهنية ايجابية في العلاقات العامة	2
7	وسائل الاتصال المكتوبة وتكوين الصورة الذهنية	2
8	وسائل الاتصال المرئية في العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية	2
9	وسائل الاتصال المسموعة المرئية في العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية	2
10	الصورة الذهنية والمصطلحات المرتبطة بها (الصورة النمطية، الصورة القومية، الصورة الإعلامية، صورة الذات والآخر.... الخ)	4
11	- العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية. - نماذج من دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية.	4
12	تمارين وتطبيقات عملية.	2
	المجموع	30

العلاقات العامة وإدارة الأزمات	اسم المقرر:
علق432	رمز المقرر:
2	الساعات المعتمدة:

ساعات الاتصال	قائمة الموضوعات	م
2	مراجعة لمفهوم العلاقات العامة ودورها في المنظمة	1
6	مفاهيم في إدارة العلاقات العامة للآزمات: <ul style="list-style-type: none"> • مفهوم الأزمة وخصائصها وأنواعها • مهارات تشخيص الأزمة والتعامل معها • إدارة التفاعلات الداخلية والخارجية 	2
6	دور ومهمة العلاقات العامة في الآزمات: <ul style="list-style-type: none"> • موقع العلاقات العامة والإعلام وسط هيكلية إدارة الأزمة • مجموعات الاتصال الفعال لإعلام الأزمة • المتحدث الرسمي وجمهور الأزمة 	3
4	تكتيكات وأساليب المواجهة الحاسمة للأزمة	4
2	إدارة صراعات وضغوط الأزمة والقرار الفعال	5
2	-إعلام الأزمة ومهارة التعامل مع قياداتها	6
2	مهارة التوظيف المثل للأزمة	7
2	كيفية قياس نقاط القوة والضعف لإعلام الأزمة	8
2	مؤشرات الأداء وطرق القياس لإعلام الأزمة	9
2	الاستخدام الأمثل للوسائل الإعلامية في إدارة الأزمة	10
30	المجموع	

اسم المقرر:	إدارة العلامة التجارية
رمز المقرر:	سوق 431
الساعات المعتمدة:	2

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل لإدارة العلامة التجارية.	2
2	مفهوم العلامة التجارية.	2
3	أساليب ونماذج بناء الماركة.	4
4	أدوات بناء الماركة وتموضعها: السعر والترويج والتوزيع والتغليف والمنافسة وغيرها.	4
5	العلامة التجارية وإضافتها المالية والتسويقية.	2
6	هندسة الماركة.	4
7	إدارة الماركة محليا.	4
8	نماذج وأمثلة لإدارة الماركات المحلية.	4
9	إدارة الماركة عالميا.	2
10	نماذج وأمثلة لإدارة الماركات عالميا.	2
	المجموع	30

اسم المقرر:	المتحدث الرسمي
رمز المقرر:	علق433
الساعات المعتمدة:	2

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مفهوم المتحدث الرسمي في العلاقات العامة ودوره في المنظمة	2
2	استراتيجيات العلاقات العامة في الرد على وسائل الإعلام من قبل المتحدث الرسمي	6
3	دور ومهمة المتحدث الرسمي في المؤسسة: <ul style="list-style-type: none"> • المتحدث الرسمي وجمهور الأزمة. • المتحدث الرسمي والجمهور الداخلي. • المتحدث الرسمي والجمهور الخارجي. 	6
4	تكتيكات وأساليب المتحدث الرسمي	4
5	مهارات المتحدث الرسمي	2
6	اسس الحوار وفن الاقناع	2
7	فن المواجهة الإعلامية	2
8	اعداد وتقديم البيان الإعلامي	2
9	كيفية التعامل مع اسئلة الإعلاميين	2
10	الاستخدام الأمثل للوسائل الإعلامية في إدارة الأزمة	2
	المجموع	30

اسم المقرر:	حالات دراسية في العلاقات العامة
رمز المقرر:	علق434
الساعات المعتمدة:	3

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	مدخل إلى العلاقات العامة التطبيقية في القطاعات المختلفة	3
2	العلاقات العامة في المجال البيئي: <ul style="list-style-type: none"> التعريف الشامل بأهمية العلاقات العامة في البيئية. مفهوم الاعلام البيئي. 	9
3	أهداف العلاقات العامة في خدمة البيئية: <ul style="list-style-type: none"> أهمية العلاقات العامة بالمحافظة على البيئية. خطط وبرامج العلاقات العامة في تعزيز البيئية. ادوار العلاقات العامة بعملية التثقيف البيئي. قدرة ادارات العلاقات العامة على تطبيق برامجها للمحافظة على البيئية. اتباع معايير الجودة في ادارات العلاقات العامة وتطبيقها على ارض الواقع. 	9
4	العلاقات العامة في المجال السياحي: <ul style="list-style-type: none"> مفهوم السياحة واهميتها وانواعها. مفهوم العلاقات العامة في مجال السياحة. ركائز العلاقات العامة في مجال السياحة. خصائص العاملين في العلاقات العامة في مجال السياحة. 	6
5	العلاقات العامة في المجال الصحي: <ul style="list-style-type: none"> اهمية العلاقات العامة للمجالات التطبيقية في المجتمع المعاصر في المجال الصحي. اهداف العلاقات العامة في المجال الصحي. خصائص العاملين في العلاقات العامة في المجال الصحي. تخطيط حملات العلاقات العامة في المجال الصحي. 	6
6	العلاقات العامة في المجال الاقتصادي: <ul style="list-style-type: none"> مفهوم العلاقات العامة الاقتصادية. أهداف العلاقات العامة في المجال الاقتصادي. أسس وقواعد التعامل مع وسائل الإعلام في المجال الاقتصادي. 	9
7	عرض وتحليل لأنشطة وبرامج لنماذج لإدارات علاقات عامة لمؤسسات القطاع الخاص والحكومي	3
	المجموع	30

المستوي الثامن

اسم المقرر:	مشروع تخرج
رمز المقرر:	علق435
الساعات المعتمدة:	4

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	أهداف وأهمية إعداد مشروع التخرج	4
2	خطوات إعداد مشروع التخرج	4
3	خصائص الوسائل الإعلامية المستخدمة لعرض مشروع التخرج (النشرات - المجلة - الكتيبات الإعلامية - المطويات - الملصقات - الكروت - عروض مرئية على CD)	12
4	نماذج تطبيقية لمشاريع التخرج على المستوى المحلي والعربي والأجنبي.	8
5	مجالات إعداد مشروع التخرج (البيئة والسلوك الحضاري - التدخين وأضراره - التحذير من تعاطي المخدرات - الغش التجاري)	8
6	(المحافظة على الممتلكات - العمل التطوعي - كفالة اليتيم - المرور) -متابعة تنفيذ مشروعات التخرج.	8
7	تقويم مشروعات التخرج.	12
8	إقامة معرض يضم مشروعات التخرج	4
	المجموع	60

اسم المقرر:	تدريب تعاوني
رمز المقرر:	علق436
الساعات المعتمدة:	8

م	قائمة الموضوعات	ساعات الاتصال
1	التعريف ببرنامج التدريب التعاوني	16
2	اجتماع مع المشرف اسبوعي	16
3	متابعة ومناقشة الطالب	40
4	متابعة ومناقشة الطالب	40
5	كتابة تقارير تفصيلية عن التدريب	8
	المجموع	120