



دليل برنامج البكالوريوس

قسم الإعلان والاتصال التسويقي

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية



١٤٤٤ هـ - ٢٠٢٢

دليل برنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

رقم جلسة مجلس القسم	
تاريخ جلسة مجلس القسم	١٤٤٤/٥ هـ

فهرس المحتويات

م	الموضوع	رقم الصفحة
١	كلمة رئيسة القسم	٤
٢	رسالة قسم الإعلان والاتصال التسويقي	٥
٣	السمات المميزة لقسم الإعلان والاتصال التسويقي	٥
٤	نشأة قسم الإعلان والاتصال التسويقي	٦
٥	الهيكل التنظيمي لقسم الإعلان والاتصال التسويقي	٧
٦	رسالة برنامج البكالوريوس	٨
٧	أهداف برنامج البكالوريوس	٨
٨	خصائص خريجي برنامج البكالوريوس	٩
٩	مجالات عمل خريجي برنامج البكالوريوس	٩
١٠	مخرجات تعلم برنامج البكالوريوس	١١
١١	شروط الالتحاق ببرنامج البكالوريوس	١٢
١٢	الساعات المعتمدة للخطة الدراسية	١٥
١٣	الخطة التدريسية لبرنامج البكالوريوس	١٦
١٤	العبء التدريسي للطلاب	١٧
١٥	التوصيف المختصر للخطة الدراسية	١٧
١٦	خدمة المجتمع	٢٢
١٧	أعضاء هيئة التدريس	٢٣

كلمة رئيس قسم الإعلان والاتصال التسويقي



د/حسن بن محمد صميلى

بسم الله الرحمن الرحيم
الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على
أشرف الأنبياء والمرسلين نبينا محمد وعلى آله
وصحبه أجمعين

يعد قسم الإعلان والاتصال التسويقي أحد
الأقسام العلمية الرئيسية في كلية الاعلام
والاتصال والذي يسعى بشكل حثيث لمواكبة
متطلبات السوق وتحقيق رؤية الجامعة بتخريج
طلاب وطالبات متميزين علمياً وعملياً من خلال
التطوير المستمر لبرامجنا الاكاديمية. واستقطاب
الكفاءات سواء من داخل المملكة او خارجها

رسالتنا في القسم تعكس شغفنا في تقديم أفضل الممارسات في مجال التدريس
والبحث العلمي لتخصص الاتصال التسويقي بتقديم خدمات تعليمية متنوعة
ومتميزة لطلابنا وطالباتنا تدعم مسيرتهم وتعزز مستقبلهم بمختلف المهارات.
وكل هذه الجهود لم يكن لها وجود لولا توفيق الله ثم دعم عمادة الكلية وإدارة
الجامعة ودعمهما اللامحدود لتقديم عمل مبني على منطلقات مثل العمل بروح
الفريق، والابداع، والابتكار، والريادة.

مع اطيب التمنيات

رئيس قسم الإعلان والاتصال التسويقي

د/حسن بن محمد صميلى

رسالة قسم الإعلان والاتصال التسويقي

الريادة الأكاديمية والبحثية في الإعلان والاتصال التسويقي الرقمي خدمة للمجتمع المحلي والعالمي .

السمات المميزة للقسم

- تلبى برامج القسم رسالة الجامعة وأهدافها التي تقوم على رعاية المعرفة والإبداع والبحث العلمي والقيم الأخلاقية للطلاب والطالبات وأعضاء وعضوات هيئة التدريس ليتمكنوا من تنمية المهارات القيادية، وحتى يكونوا قادرين على خدمة الوطن، من خلال توفير نشاطات نوعية متميزة في التعليم والبحث العلمي، وفي ضوء التعاليم والقيم الإسلامية، وتقوم الجامعة على إحداث التكامل بين الالتزام الإسلامي والتميز الأكاديمي من أجل المساهمة في بناء مجتمع العلم والمعرفة.
- تُعد برامج القسم امتداداً طبيعياً لرسالة وأهداف كلية الإعلام والاتصال حيث يعد أحد فروع العلوم الإنسانية الهامة التي تقدمها الكلية، وتحرص على توفير خبرات تعليمية عالية الجودة للطلاب والطالبات، وتنمية ملكة النقد والتحليل والإبداع لديهم لتحقيق التميز العلمي والبحثي، الأمر الذي يساهم في تأهيل الكوادر البشرية المتخصصة في هذا المجال، والتي تدعم أهداف خطط التنمية في المجتمع، وهذا ما يجعل القسم رافداً لسوق العمل من الممارسين في مجال الإعلان والاتصال التسويقي
- وينفرد قسم الإعلان والاتصال التسويقي بأنه أول قسم تم إنشاؤه على مستوى كليات الإعلام. ويتميز القسم بتنوع تخصصاته وتغطيته لكثير من مجالات العمل، فبعد انتهاء الطلاب من دراسة برامج القسم يكون قد اكتسبوا القدرات التالية :

● **قدرات معرفية:** تضمن لخريجي الإعلان والاتصال التسويقي تفهم احتياجات المجتمع والاستجابة لها والقدرة على التعبير عنها من خلال تخطيط وتنفيذ حملات الاتصال التسويقي

● **قدرات تقنية:** تسمح لخريجي الإعلان والاتصال التسويقي بالتمكن من الأدوات والتكنولوجيا المختلفة في تنفيذ الإعلان في مختلف الوسائل مع القدرة على التطوير والإبداع

● **قدرات ابتكارية:** تضمن لخريجي الإعلان والاتصال التسويقي إمكانية تولد أفكار ومقترحات وحلول جديدة تلائم الفئات المستهدفة

● **قدرات تطويريه:** تعتمد على بناء القدرات اللازمة لاستيعاب ابعاد وعيوب ومشاكل تواجه المؤسسات التي تعمل في مجال الإعلان والاتصال التسويقي مع القدرة على ايجاد بدائل مستحدثه في تطويرها

● **قدرات توافقيه:** تعتمد على استيعاب متغيرات البيئة واحتياجات المجتمع والتقنيات المتاحة واستخدامها بشكل يتوافق مع هذه المتغيرات

● **قدرات تخطيطية:** تضمن لخريجي الإعلان والاتصال التسويقي سهوله تداول المعارف والمعلومات والمهارات والقدرة على استخدامها في المكان الصحيح في التخطيط للحملات الاعلانية، كما تمكنه من قياده وتوجيه الاخرين سواء في العمليات الابتكارية او التطويرية او الإنتاجية.

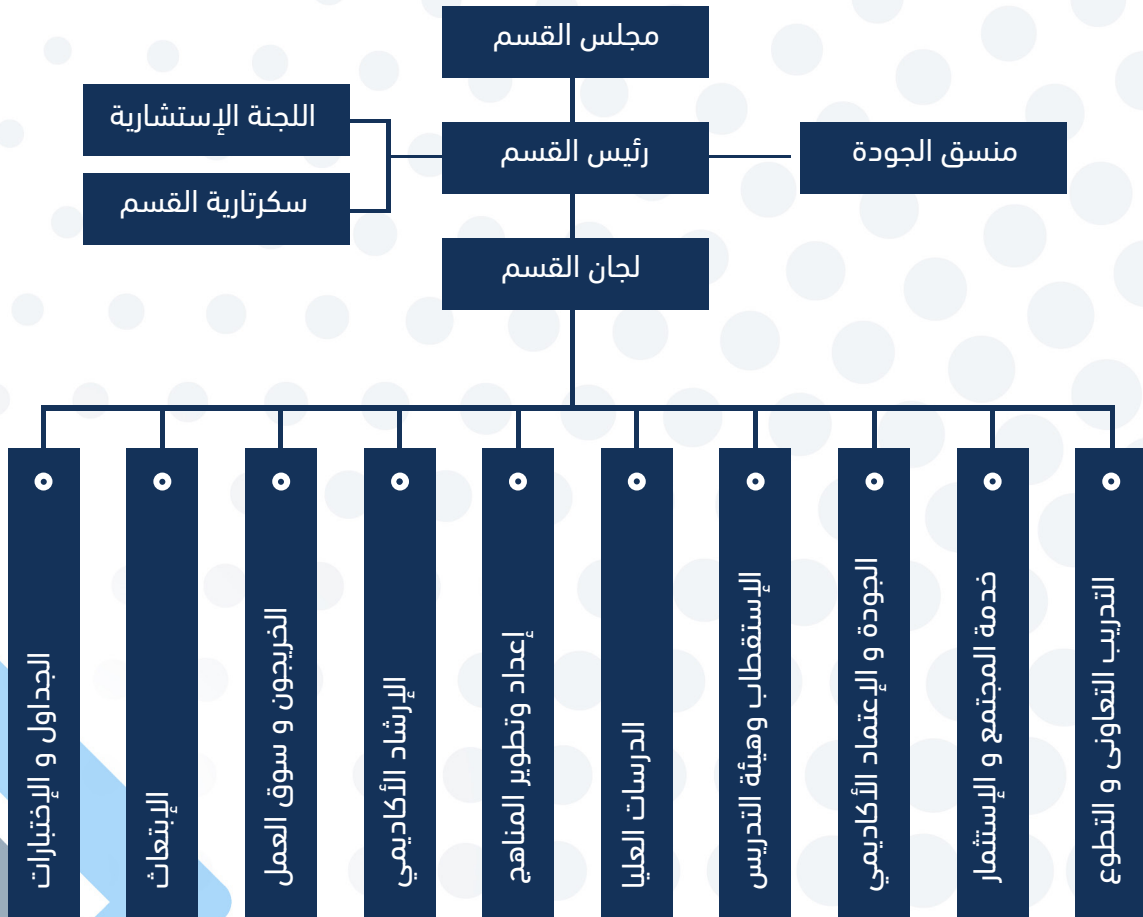
نشأة قسم الإعلان والاتصال التسويقي

- يُعتبر قسم الإعلان والاتصال التسويقي من الأقسام الرائدة بالمملكة العربية السعودية في هذا المجال، خاصة بعد ما تم تحويل مسار الاتصال التسويقي والإعلان بكلية الدعوة والإعلام إلى قسم الإعلان والاتصال التسويقي وذلك بعد موافقة مجلس التعليم العالي في جلسته - الحادية والسبعين - وتاريخ ١٤/١١/١٤٣٣هـ. على تأسيس كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- تساهم برامج القسم في إعداد الخريجين في مجال الإعلان والاتصال التسويقي وبمستوى عالي من المهارات والكفاءات الإعلامية محلياً وعالمياً، وبما ينسجم مع احتياجات ومتطلبات سوق العمل، ومع تعاليم الشريعة الإسلامية أيضاً.
- ويقدم القسم برامج أكاديمية تمثل مناهج علمية متكاملة في تخصص الإعلان والاتصال التسويقي، قادر على استخدام وتوظيف وسائل التقنية الحديثة في مجال التعليم والتدريب لمنسوبي القسم والدارسين فيه على أفضل وسائل التعليم، حتى يتمكنوا من تحقيق التفاعل الحيوي مع المجتمع ومؤسساته، بجانب إعداد الكفاءات المؤهلة من كافة الجوانب العلمية والعملية في التخصص، لخدمة العمل الإعلامي والمساهمة في دفع عجلة التنمية، و تنمية مهارات تصميم الإعلان واستخدام وسائل الاتصال التسويقي، وتزويد الطلاب بالمستجدات النظرية والتطبيقية الحديثة في مجال الإعلان والاتصال التسويقي التي تساعدهم على إعداد البحوث والدراسات التطبيقية القادرة على جعلهم قادرين على نقد وتحليل الواقع التطبيقي والمشكلات وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها.

● تحتوى البرامج على الكثير من المقررات التي تجمع بين الاعلام والاتصال والتسويق والاعلان، لذلك فإن برامج قسم الإعلان والاتصال التسويقي قادرة على المساهمة في تحقيق رسالة الجامعة التي تقوم على رعاية المعرفة والإبداع والقيم الأخلاقية للطلاب والطالبات وأعضاء هيئة التدريس، حتى نكونوا قادرين على خدمة الوطن، من خلال توفير نشاطات نوعية متميزة بين التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع في ضوء التعاليم والقيم الإسلامية.

● يتم تدريس برامج القسم في الحرم الجامعي في مبنى كلية الإعلام والاتصال، ويتوفر في القسم مجموعة من أعضاء هيئة التدريس المؤهلين والمدربين بشكل نوعي على سد الجانب المعرفي والتطبيقي للطلاب والطالبات في شطريه، كما قام القسم بابتعاث عدد من المحاضرين إلى أفضل الجامعات التي تحتل تصنيفات مرتفعة حسب المواقع العالمية المتخصصة للحصول على شهادة الدكتوراة في التخصصات التي تخدم القسم، وتشير الإحصاءات أن كثير من خريجي القسم يعملوا في القطاع الخاص، وهذا يعني أن هناك حاجة ماسة في سوق العمل إلى مؤهلين في مجال الإعلان والاتصال التسويقي.

الهيكل التنظيمي لقسم الإعلان والاتصال التسويقي



رسالة برنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

- اعداد متخصص مبدع علميا وبحثيا، منافس على المستوى المحلي والعالمى ويلبى احتياجات المجتمع ومتطلبات سوق العمل

أهداف برنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

الهدف الأول :

- تقديم تعليم متميز ومتكامل ليحقق أعلى معايير الجودة في مجال الإعلان والاتصال التسويقي.

الهدف الثاني :

- تنمية التفكير العلمى والنقدى التحليلى لدى الطلاب لتمكينهم من حل المشكلات وتقديم مقترحات إبداعية في مجال الإعلان والاتصال التسويقي.

الهدف الثالث :

- تأهيل الطلاب علميا ومهاريا وتقنيا وتعزيز قيم وأخلاقيات العمل لديهم بما يخدم تنمية المجتمع ويلبى احتياجات سوق العمل.

الهدف الرابع :

- اثراء البحث العلمى في مجال الإعلان والاتصال التسويقي وتوظيفه للتعامل مع المستجدات المحلية والعالمية.

مواصفات خريجي برنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

- امتلاك المعلومات والمعارف والحقائق والأفكار الخلاقة ووعي بالقضايا والنظريات والاتجاهات ذات الصلة بالتخصص.
- تطوير المعارف والأفكار من خلال اجراء البحث العلمي وحل المشكلات في مجال التخصص.
- تحليل ونقد وتقويم المعلومات والمعارف والأفكار والنظريات ذات الصلة بالتخصص.
- تصميم وابتكار وتخطيط وتنفيذ وإدارة عمليات الإنتاج في مجال التخصص.
- توظيف تقنيات وتكنولوجيا الاتصال في المجالات الإعلانية والتسويقية.
- ممارسة أخلاقيات العمل وتطبيقها في الأعمال والنشاطات وفقاً للأعراف والقيم المجتمعية.
- استخدام مهارات التواصل الفعال والعمل بروح الفريق الواحد.
- اتخاذ القرارات المناسبة من خلال تولي دور القيادة الإيجابية.

مجالات عمل خريجي برنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

يوجد العديد من وظائف تخصص الاعلان والاتصال التسويقي، حيث يعتبر التخصص متعدد المجالات من حيث الدراسة والعمل، وأماكن العمل كالتالي :

- وكالات الدعاية والإعلان
- أقسام التسويق في الشركات الكبرى
- الشركات العاملة في مجال التسويق بالقطاع العام والخاص

مجالات عمل خريجي برنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

المستوى الوظيفي الثاني	المستوى الوظيفي الأول
○ مدير المحتوى	○ كاتب محتوى
○ مدير التسويق الرقمي	○ باحث تسويقي
○ مدير اتصالات تسويقية	○ أخصائي تسويق رقمي
○ مطورو ومحرورو الواقع الافتراضي	○ أخصائي تسويق عبر محركات البحث
○ رئيس قسم الاتصالات التسويقية	○ أخصائي الاتصالات التسويقية
○ قائد فريق إدارة المشاريع التسويقية	○ محلل ذكاء اصطناعي
○ مدير الإعلان الرقمي	○ أخصائي حملات دعائية رقمية
○ مدير الحملات الاعلانية الرقمية	○ أخصائي تسويق
○ أخصائي مبيعات	○ أخصائي مبيعات
○ مدير العلامة التجارية	○ مخطط خطط اتصالية تسويقية
○ مدير الحسابات الرقمية	○ مصمم اعلاني
○ مدير شركات تسويقية	○ أخصائي مواقع التواصل الاجتماعي
	○ أخصائي حساب العملاء

مخرجات تعلم برنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

○ المعرفة والفهم :

- معرفة الأسس والمفاهيم والقوانين والنظريات العلمية وتطبيقاتها المختلفة التي يقوم عليها الإعلان والاتصال التسويقي
- شرح المجالات والتطبيقات الأساسية التي يقوم عليها الإعلان والاتصال التسويقي
- معرفة العملية الإعلامية والاتصالية والادارية بأدواتها المتنوعة وتأثيراتها المختلفة في مجال الإعلان والاتصال التسويقي
- معرفة المنهجية العلمية في اعداد البحوث في مجال الإعلان والاتصال التسويقي

○ المهارات :

- التحليل المعرفي والبحثي الاحصائي للحالات التي تواجه منظمات الإعلان والاتصال التسويقي، ونقدها، وتقييمها، وتقويمها
- استخدام الأسس والأدوات والأساليب المختلفة للتخطيط والتنفيذ والإنتاج والقياس في مجال الإعلان والاتصال التسويقي
- تصميم الإعلان بشكل ابداعي بالاعتماد على التفكير الخلاق وتطوير التكنولوجيا المتقدمة
- ادارة المشاريع وتنفيذها في مجال الإعلان والاتصال التسويقي بمختلف قطاعات الأعمال محليا وعالميا

○ القيم :

- قيادة فريق العمل بكفاءة ومرونة والعمل بروح الفريق لاتخاذ قرارات منطقية مدعمة بالأدلة
- التعلم الذاتي في تطوير المهارات المعرفية والمهنية في تحقيق السلامة على المستوى الشخصي والمجتمعي
- إنجاز المهام باحترافية وفقا للأخلاقيات المهنية والممارسات الإعلامية القائمة على تعاليم الدين الإسلامي

شروط الالتحاق بالبرنامج

- الضوابط والمعايير المعتمدة للقبول من قبل إدارة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
- يقبل البرنامج الحاصلين على شهادة الثانوية العامة في القسمين: الأدبي أو العلمي أو ما يعادلها، عبر بوابة القبول الموحد في الجامعات الحكومية في الرياض. يتم بناءً عليه قبول الطالب مباشرة في القسم العلمي الذي يرغب الالتحاق به. وتكون الدراسة فيه انتظاماً ويشترط الحضور، ويمنح الخريج درجة البكالوريوس على ذلك

○ للأطلاع على :



مسح الكود

- دليل القبول في الجامعة لعام ١٤٤٤هـ
- بوابة القبول الالكتروني الموحد للطلاب
- بوابة القبول الالكتروني الموحد للطالبات
- المنح الدراسية

○ للأطلاع على :



مسح الكود

- لائحة القواعد التنفيذية للاختبارات
- ضوابط معادلة المقررات واجراءاتها
- حقوق الطالب الجامعي وواجباته
- لائحة التأديب
- قواعد تظلم الطالب الجامعي واجراءاته

○ للأطلاع على :



مسح الكود

- دليل الإرشاد الأكاديمي
- إرشادات الطلاب
- حساب المعدل والانذار الأكاديمي
- إعادة الرقم السري
- تحديث البيانات الشخصية
- التسجيل والانسحاب من مقرر
- التحويل بين الكليات
- طلب المعاملات الالكترونية
- التأجيل - الاعتذار - إعادة القيد

متطلبات الحضور واطمام البرنامج

الحضور :

- ينبغي حضور الطالب ما لا يقل عن ٨٠% من مجموع محاضرات كل مقرر

الحد الأدنى للنجاح في المقرر :

- أن يحصل الطالب على ٦٠ درجة من مئة على الأقل. ومجموع درجات كل مقرر (١٠٠ درجة) موزعة ٦٠ درجة أعمال السنة (٢ اختبار فصلي، حضور ومشاركة، تكليفات) و ٤٠ درجة الاختبار النهائي

إتمام البرنامج :

- اكمال متطلبات البرنامج ١٤٠ وحدة دراسية بنجاح

نظام الدراسة في البرنامج

- تتكون الدراسة في البرنامج على نظام المستويات الدراسية والساعات المعتمدة بواقع ١٤٠ ساعة معتمدة مقسمة على ١٠ مستويات دراسية.
- الطلاب المتعثرين أكاديميا يتم تسجيلهم في المقررات بما ضمن الحد الأدنى من العبء الدراسي في كل فصل مع مراعاة:
 - عدم التعارض في الجدول الدراسي
 - استيفاء المتطلبات السابقة للمقررات المراد تسجيلها
- لا يحتسب الفصل الصيفي ضمن المدة المقررة لإنهاء متطلبات التخرج. كما لا يحتسب ضمن الفرص الاستثنائية.
- الطلاب المستجدين والمنتظمين في الدراسة يتم تسجيل جداولهم آليا عن طريق الخدمات الذاتية الالكترونية أو مراجعة مسجلي البرنامج لإجراء المطلوب وذلك وفق مواعيد محددة معلنه في الأسبوع الأول من الفصل الدراسي.
- في حال تغيب الطالب عن حضور جميع المحاضرات لخمس عشرة يوما متصلة أو ثلاثين يوما متفرقة أو عن جميع الاختبارات فإنه يطوى قيده لكونه منقطعاً، ويلزمه التقدم بطلب إعادة القيد في الفصل التالي، ولا يمكن إعادة القيد الا مرة واحدة خلال دراسته في الجامعة.
- لا يسمح للطالب بدخول الاختبار النهائي بعد مضي نصف ساعة من بدايته، كما لا يسمح له بالخروج من الاختبار قبل مضي نصف ساعة من بدايته.
- الغش في الاختبار أو الشروع فيه أو مخالفة التعليمات وقواعد إجراء الاختبار أمور يعاقب عليها الطالب وفق لائحة تأديب الطلاب التي يصدرها مجلس الجامعة.

الساعات الدراسية للخطة الدراسية حسب المتطلبات الأكاديمية

النسبة المئوية	الساعات المعتمدة	عدد المقررات	إجباري / اختياري	مكونات الخطة الدراسية
١٢,٩%	١٨	١١	إجباري	متطلبات الجامعة
—	—	—	اختياري	
١٢%	١٧	٨	إجباري	متطلبات الكلية
—	—	—	اختياري	
٦٣,٦%	٨٩	٣٠	إجباري	متطلبات البرنامج
—	—	—	اختياري	
٤,٣%	٦	١	إجباري	مشروع التخرج
٧,٢%	١٠	١	إجباري	التدريب الميداني / سنة الامتياز
—	—	—		أخرى
١٠٠%	١٤٠	٥١		الإجمالي

الخطة الدراسية لبرنامج بكالوريوس الإعلان والاتصال التسويقي

٢٦:١١ ٢٠٢٢-٠٧-٢٧



الهيئة السعودية للتربية
وزارة التعليم
جامعة القصيم
عمادة القبول والتسجيل

الخطة الدراسية

الفصل الدراسي	القسم	الإعلان والاتصال التسويقي	البرنامج بكالوريوس الإعلان	الكلية الإعلام والاتصال	عدد مقررات البرنا ٥١	عدد وحدات البرنامج ١٤٠
المستوى : الأول						
المجموعة : التسويق متطلبات تخصص م٦ (١٢) وحد (٦) م٥						
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات			
١	١٠١١	قرآن الكريم ١	١			
٢	١٢٢٢	توحيد	٢			
٣	١٠٤٤	العم	٢			
٤	١٠١٢	الإعلام السعودي	٢			
٥	١٠٢٢	مدخل إلى الاتصال	٣			
٦	١١١١	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٢			
المستوى : الثاني						
المجموعة : التسويق متطلبات تخصص م٦ (١٤) وحد (٦) م٥						
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات			
١	١٠١١	سيرة النبوة	٢			
٢	١٥٢٢	العم	٢			
٣	١٠٢٢	بهارات التحرير الإعلامي	٢			
٤	١٠٤٤	لغة الإعلام	٢			
٥	٢٥٢٢	مدى الإدارة	٣			
٦	١١١٢	أسس الإعلان والتسويق	٣			
المستوى : الثالث						
المجموعة : التسويق متطلبات تخصص م٦ (١٢) وحد (٥) م٥						
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات			
١	٢٤٤٤	مدى التسويق	٣			
٢	٢٠٥٥	منهج البحث الإعلامي	٢			
٣	٢٠١٢	طرق الاتصال	٢			
٤	١١١٢	برامج التصميم الحاسوبية ١	٣			
٥	١١١٢	برامج الإعلان والتلفزيون	٢			
المستوى : الرابع						
المجموعة : التسويق متطلبات تخصص م٦ (١٢) وحد (٦) م٥						
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات			
١	١١١١	الله	١			
٢	٢٠٨٨	الإحصاء التطبيقي	٢			
٣	٢١١٢	نارة الإعلان والتسويق	٢			
٤	٢١١٥	برامج التصميم الحاسوبية ٢	٣			
٥	٢١١٧	برامج تشغيل المبيعات	٢			
٦	١٥١١	قرآن الكريم ٢	١			
المستوى : الخامس						
المجموعة : التسويق متطلبات تخصص م٥ (١٣) وحد (٦) م٥						
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات			
١	١٠٠١	ثقافة الإسلامية	٢			
٢	٣٠٨٨	إزاي العم	٢			
٣	٢١١٨	حرير الإعلان	٢			
٤	٢١١٩	مخطوط وسائل الإعلان	٢			
٥	٢٢٠٠	تسويق إلكتروني	٢			
٦	٢٢١١	مسميم الإعلان المطبوع وتحريره	٣			
المستوى : السادس						
المجموعة : التسويق متطلبات تخصص م٦ (١٣) وحد (٥) م٥						
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات			
١	٢٢٢٢	بلوك المستنك	٢			
٢	٢٢٤٤	الاتصال التسويقي المتكامل	٣			
٣	٢٢٢٢	مسميم الإعلان المرئي وتحريره	٣			
٤	٢١١١	مقرر الصغفي	٤			

العبء التدريسي للطلاب

الفصل الدراسي الثالث		الفصل الدراسي الثاني		الفصل الدراسي الأول		
١٢	المستوى ٣	١٤	المستوى ٢	١٢	المستوى ١	السنة الأولى
١٣	المستوى ٦	١٣	المستوى ٥	١٢	المستوى ٤	السنة الثانية
١٧	المستوى ٩	١٦	المستوى ٨	١٥	المستوى ٧	السنة الثالثة
				١٦	المستوى ١٠	السنة الرابعة
١٤٠ وحدة دراسية معتمدة						مجموع الساعات المعتمدة

التوصيف المختصر للمقررات الدراسية

المستوى الأول				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	قرأ ١٠١	القرآن الكريم	١	يحفظ الطالب جزء من القرآن الكريم ويتقن تلاوة جزء آخر
٢	نحو ١٠٤	النحو	٢	يحتوي على أهم القواعد النحوية المتعلقة بشرح الكلام وما يتألف منه
٣	عقد ١٣٣	التوحيد	٢	التعريف بتوحيد الألوهية، والمسائل المتعلقة به وفق منهج أهل السنة والجماعة، والمسائل المتعلقة بما يصاد توحيد الألوهية.
٤	علم ١٠١	الإعلام السعودي	٢	يركز هذا المقرر على نشأة وتطور وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية ضمن الإطار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتقني، فهو يقدم دراسة شاملة عن الأنظمة الإعلامية في المملكة العربية السعودية.
٥	علم ١٠٢	مدخل الى الاتصال	٣	يتضمن مفهوم الاتصال وأشكاله ومستوياته وعناصره وتاريخ وتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها الحضارية والاجتماعية، والتعرف على أهم وظائف الاتصال في المجتمع.
٦	سوق ١١١	مدخل الى الاتصال التسويقي	٢	يحتوي المقرر على تهيئة عامة لتخصص الاتصال التسويقي وأساسياته والتعريف بمفهومه وعناصر مزيج الاتصال التسويقي المختلفة، والاتجاهات الحديثة فيه.

التوصيف المختصر للمقررات الدراسية

المستوى الثاني				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	ترخ ١٠١	السيرة النبوية	٢	يتضمن السيرة النبوية وشمائل النبي صلى عليه وسلم وصفاته ودلائل نبوته ومعجزاته.
٢	نحو ١٥٩	النحو	٢	يحتوي على أهم القواعد النحوية المتعلقة بشرح الكلام وما يتألف منه
٣	علم ١٠٣	مهارات التحرير الإعلامي	٢	التعريف بالتحرير الإعلامي ومهاراته في تحويل الوقائع والأحداث، إلى كلمات مقروءة في قالب فنية تتخذ أشكالاً متعددة.
٤	علم ١٠٤	فلسفة الإعلام	٢	التعريف بفلسفة الإعلام وتناول مجموعة المبادئ والأسس الفكرية التي يقوم عليها النظام الإعلامي.
٥	دار ٢٥٣	مبادئ الإدارة	٣	التعريف بالمفاهيم والأسس الرئيسية المتعلقة بإدارة الأعمال وبمشاريع الأعمال المختلفة وبالسياسات الإدارية.
٦	سوق ١١٣	أسس الإعلان واقتصادياته	٣	يستعرض المقرر مفهوم الإعلان وخصائصه ووظائفه وأنواعه، وعناصر الإعلان ومكوناته واقتصادياته، باعتباره أحد أنشطة الاتصال التسويقي المهمة بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الربحية وغير الربحية

المستوى الثالث				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	دار ٣٤٤	مبادئ التسويق	٣	التعريف بالمبادئ الرئيسية للتسويق وتنمية الفهم الشامل للإعلان والاتصالات التسويقية في ضوء الأهداف التسويقية.
٢	علم ٢٠٥	منهج البحث الإعلامي	٢	التعريف بالبحث العلمي الإعلامي مفهومه وسماته وأساسيات كتابة البحوث العلمية وأنواع البحوث الإعلامية ومجتمعاتها وعيناتها والأدوات المستخدمة في جمع البيانات مع عرض لموضوعات لبحوث علمية في مجال الإعلام والاتصال مع الاستشهاد بتطبيقات لخطط بحثية في مجال الدراسات الإعلامية.
٣	علم ٢٠٦	نظريات الاتصال	٢	يعرض هذا المقرر مفهوم النظرية ووظائفها وأهداف نظريات الإعلام، مع دراسة أبرز النظريات التي تفسر التأثير الإعلامي على الجمهور المستهدف، وكذلك النظريات التي تتعلق بالقائم بالاتصال والوسيلة والرسالة والجمهور المستهدف، كما يهدف هذا المقرر إلى أن يصل الطالب لأن يختار بعض المشكلات والظواهر المجتمعية ويقوم باختيار النظرية الملائمة لدراسة هذه الظاهرة أو المشكلة.
٤	سوق ١١٢	برامج التصميم الحاسوبية ١	٣	يقدم مقرر برامج التصميم الحاسوبية ١ تعريفاً بأسس التصميم الإعلاني وعناصره وأبرز البرامج الحاسوبية المستخدمة في مجال التصميم ومعالجة الصور (Photoshop) و (Illustrator)، ويمكن الطلاب من تحليل التصميم وتنفيذ التصميم الكاملة باستخدام برامج التصميم الاحترافية
٥	سوق ٢١٦	قوانين الإعلان وأخلاقياته	٢	يستعرض هذا المقرر أخلاقيات وأنظمة وقوانين الإعلان في المملكة العربية السعودية وعلى المستوى الدولي، والتمييز بين ضوابط الإعلان المحلية والدولية.

التوصيف المختصر للمقررات الدراسية

المستوى الرابع				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	فقه ١٢١	الفقه	٢	معرفة لأحكام الطهارة والصلاة بالتفصيل مع التأصيل والاستدلال.
٢	علم ٢٠٨	الإحصاء التطبيقي	٢	تطبيق المنهج العلمي واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة في تحليل البيانات وحسابات الأرقام القياسية لبعض الظواهر في المجتمع، وإجراء البحوث الإعلامية وقياس العلاقات والتنبؤ بالقيم المستقبلية.
٣	سوق ٢١٤	إدارة الإعلان والتسويق	٢	يساهم مقرر إدارة الإعلان والتسويق في تحديد الأهداف العامة للمؤسسة، وتحديد الأهداف التسويقية، وكذلك المساهمة في تحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة من أجل تحديد الفرص والتحديات التسويقية.
٤	سوق ٢١٥	برامج التصميم الحاسوبية ٢	٣	يقدم مقرر برامج التصميم الحاسوبية ٢ تعريفاً بأسس تصميم وتحرير الإعلان المرئي، وأبرز البرامج الحاسوبية المستخدمة في إنتاج الإعلان (Final cut) و (Premier)، ويمكن الطلاب من تحليل ومعالجة الصور والرسوم الحاسوبية وتوظيفها في برامج الإنتاج.
٥	سوق ٢١٧	برامج تنشيط المبيعات	٢	يعرض المقرر أساليب وبرامج تنشيط المبيعات التي تستخدمها إدارة التسويق لزيادة المبيعات، بهدف تشجيع المستهلك على الشراء والاستمرار في عملية الشراء.
٦	قرا ١٥١	القرآن الكريم	١	يحفظ الطالب جزء من القرآن الكريم ويتقن تلاوة جزء آخر

المستوى الخامس				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	ثقف ١٠١	الثقافة الإسلامية	٢	أن يعرف الطالب قيم الإسلام وخصائصه المتعلقة بالقيم الخلقية، والقيم الحضارية وخصائصه الكلية، ومعرفة القضايا الفكرية المعاصرة.
٢	علم ٣٠٨	الرأي العام	٢	التعريف بالرأي العام من حيث نشأته ومفهومه، ووظائفه وخصائصه، والعوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام من حيث الدوافع والمعتقدات والاتجاهات والثقافة.
٣	سوق ٢١٨	تحرير الإعلان	٢	يتناول المقرر المعارف الأساسية الخاصة بتحرير الإعلان لكافة أنشطته، من التأليف والتحرير إلى التصميم، وتدريبهم على المهارات المتخصصة في كل مرحلة من مراحل صناعة الإعلان.
٤	سوق ٢١٩	تخطيط وسائل الإعلان	٢	يستعرض المقرر المفهوم الشامل لمختلف وسائل الإعلان، والعمليات الحسابية المتعلقة بتلك الوسائل، ويعطي القدرة على إجراء وتفسير القياسات الرياضية لوسائل الإعلان، ويزيد من الوعي من خلال عرض الابتكارات وطرح المناقشات والاتجاهات الجديدة التي تحدث في عالم صناعة الإعلان.
٥	سوق ٢٢٠	التسويق الإلكتروني	٢	يسعى المقرر إلى توظيف تقنيات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في نموذج الاتصال التسويقي المتكامل باعتبارها أحد أنشطة الاتصال التسويقي التي تساهم في الوصول للجمهور، والتفاعل معه ومعرفة اهتماماته بهدف تحقيق الأهداف التسويقية والترويجية للمنظمة.
٦	سوق ٢٢١	تصميم الإعلان المطبوع وتحريره	٣	يسعى مقرر تصميم الإعلان المطبوع إلى التعريف بأسس تصميم الإعلان المطبوع، والأساليب العلمية والفنية المعتمدة في صناعة الإعلان المطبوع، الذي يعد أحد العناصر الأساسية لأنشطة الاتصال التسويقي.

التوصيف المختصر للمقررات الدراسية

المستوى السادس				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	سوق ٢٢٢	سلوك المستهلك	٢	يقدم هذا المقرر دراسة شاملة للنماذج والمفاهيم النظرية والسلوكية المصممة لفهم سلوك المستهلك في إطار ممارساته التسويقية. ويقدم غطاء معرفي واسع يربط سلوك المستهلك بعدد من العلوم مثل علم النفس، والسكان، والعلوم الاجتماعية، والسلوكية.
٢	سوق ٣٢٤	الاتصال التسويقي المتكامل	٣	يوضح مقرر الاتصال التسويقي المتكامل مفهومًا شاملاً لنموذج الاتصال التسويقي المتكامل والظروف التاريخية التي نشأ في ظلها هذا النموذج والفرق بينه وبين نموذج الاتصال التسويقي التقليدي، كما يقدم تفصيلاً لآلية تكامل عناصر المزيج الترويجي مع بعضها البعض.
٣	سوق ٣٢٣	تصميم الإعلان المرئي وتحريره	٣	يسعى مقرر تصميم الإعلان المرئي إلى التعريف بأسس تصميم الإعلان المرئي، والأساليب العلمية والفنية المعتمدة في صناعة الإعلان المرئي، الذي يعد أحد العناصر الأساسية لأنشطة الاتصال التسويقي.
٤	صحف ٢١٦	الخبر الصحفي	٤	التعريف بالفنون الصحفية والخبر الصحفي وأنواعه ومعايير اختيار الخبر ونشره ومصادره ومهارات كتابته.
٥	قرا ٢٠١	القرآن الكريم	١	يحفظ الطالب جزء من القرآن الكريم ويتقن تلاوة جزء آخر

المستوى السابع				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	علق ٢١٩	إدارة علاقات العملاء	٣	يوفر المقرر قاعدة نظرية وتطبيقية واسعة تساعد الطالب على الفهم الشامل لكافة العمليات والبرمجيات التي يقوم عليها إدارة علاقات العملاء باعتباره جزء من استراتيجية الاتصال التسويقي للمنظمة، ويتناول تطور إدارة علاقات العملاء CRM، وطبيعة العملاء ودورة حياته، وعمليات إدارة علاقات العملاء، والتحليل في CRM وأدواتها وأخلاقيات تنفيذها.
٢	سوق ٣٢٥	البيع الشخصي	٣	يوفر المقرر المفاهيم والنظريات والتقنيات الأساسية التي تتعلق بالنشاط البيعي لدى مؤسسات الأعمال السليمة والخدمية
٣	سوق ٣٢٧	إدارة وكالات الإعلان	٣	يقدم المقرر فكرة عامة حول طبيعة الوكالات الاعلانية وأنواعها وطرق انشاءها وكيفية تنظيم العمل بها
٤	سوق ٣٢٦	تخطيط الحملات الإعلانية	٤	يتناول المقرر تخطيط الحملات الإعلانية (باستخدام الوسائل التقليدية والحديثة)، ومراحلها المختلفة، وأساليب وطرق بناء خطة حملة إعلانية ناجحة. ويقدم للطالب كيفية توظيف البحوث الأولية والثانوية في تحليل العلامات التجارية والمنافسين والجمهور المستهدف، وتحليل وتلخيص نتائج البحوث، وجمع المعلومات الأساسية لتخطيط الحملات الإعلانية، وكيفية استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإعلان، كما يعلمه طرق كتابة وتطوير ملخص خطة الحملة الإعلانية، وفهم دوره في التخطيط الإعلاني، وتحليل التنوع الموجود في شرائح العملاء.
٥	ترخ ١٠٢	تاريخ المملكة العربية السعودية	٢	يتناول معرفة الأصول التاريخية للمملكة العربية السعودية والأسس والقواعد التي قامت عليها، ومعرفة تاريخ المملكة والجهود التي بذلت لتحقيق وحدتها وثمار تلك الوحدة.

التوصيف المختصر للمقررات الدراسية

المستوى الثامن				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	سوق ٣٢٩	بحوث الإعلان والتسويق	٤	يتناول المقرر المنهجية العلمية التي يمكن من خلالها جمع البيانات الخاصة بالقضايا التسويقية لتحليلها وتوفير المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار التسويقي الأمثل.
٢	سوق ٤٣٤	التسويق الدولي	٤	يتناول مقرر التسويق الدولي الاستراتيجيات والآليات المهمة والأساليب التسويقية المهمة للتوسع وتنمية المشاريع في الأسواق الجديدة بشكل دولي.
٣	سوق ٣٢٨	تصميم الإعلان الإلكتروني	٤	أصبح الانترنت في الوقت الحالي مليئاً بالإعلانات الرقمية، وهذا يعتبر مؤشرات ودلائل على أهمية الإعلان الإلكتروني، ومدى الأرباح والمبيعات التي يحققها للشركات المعلنة وهذا يتطلب دراسة لأسس تصميم الاعلان الالكتروني وكيفية تنفيذه وتقييمه
٤	علق ٣٢٣	العلاقات العامة التسويقية	٣	يتناول هذا المقرر مفهوم التسويق للأفكار والخدمات وأهميته، والفرق بين التسويق والبيع، والمزيج التسويقي ووظائف التسويق، والبيئة التسويقية، وسلوك المستهلك وقنوات التوزيع، والتسويق الدولي، ومراحل انتشار الأفكار الجديدة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، ووضع الخطط والاستراتيجيات التسويقية الفعالة، مع التطبيق العملي.
٥	قرا ٢٥١	القرآن الكريم	١	يحفظ الطالب جزء من القرآن الكريم ويتقن تلاوة جزء آخر

المستوى التاسع				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	سوق ٤٣٠	تخطيط حملات الاتصال التسويقي	٤	يستعرض هذا المقرر أهمية التخطيط لحملات الاتصال التسويقي وكيفية تصميمها وتنفيذها.
٢	سوق ٤٣١	إدارة العلامة التجارية	٣	تعتبر إدارة العلامات التجارية وظيفة اتصال تشمل عمليات تحليل وتخطيط كيفية طرح العلامة التجارية في السوق، والهدف من ذلك تقديم العلامة التجارية للجمهور والحفاظ على السمعة المنشودة لها في السوق. فضلاً عن أن تطوير علاقة جيدة مع الجمهور المستهدف هو أمر ضروري لإدارة العلامات التجارية. تتضمن العناصر الملموسة من إدارة العلامات التجارية المنتج نفسه، والمظهر والسعر والتغليف وغير ذلك. أما العناصر غير الملموسة فتشمل الخبرة التي يكتسبها المستهلك من المنتج والعلاقة التي تربطه بالعلامة التجارية.
٣	سوق ٤٣٢	التسويق الاجتماعي	٣	يتناول المقرر أساليب وطرق بناء خطة اتصالية تسويقية لمنتج اجتماعي، ومعوقات التخطيط للاتصال التسويقي الاجتماعي، مع عرض نماذج وأمثلة لخطة تسويق اجتماعي.
٤	سوق ٤٣٣	حالات دراسية	٤	يتناول المقرر حالات دراسية متخصصة في مجال الاتصال التسويقي، تشمل كافة أنشطته (الإعلان والوظيفة التسويقية للعلاقات العامة والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والرعايات والمعارض والتسويق المباشر) سواءً عبر الوسائل الحديثة أو التقليدية.
٥	سوق ٤٣٥	القياس التسويقي	٣	يستعرض المقرر كيفية استخدام التسويق الكمي في اتخاذ القرارات التسويقية، من خلال معرفة المهارات الأساسية للتحليل الكمي لأنشطة الاتصال التسويقي.

التوصيف المختصر للمقررات الدراسية

المستوى العاشر				
م	رمز ورقم المقرر	اسم المقرر	الوحدات الدراسية	وصف المقرر
١	سوق ٤٣٦	مشروع التخرج	٦	يتضمن مقرر مشروع التخرج على الخطوات التي يجب أن يقوم بها الطالب لإعداد مشروع التخرج والذي يمثل فكره لجهة ما يستطيع الوصول إلى معلومات عنها، بحيث يعمل على عمل دراسة اتصال تسويقي متكامل تبدأ بالتحليل، ثم التخطيط، وتنتهي بالتنفيذ.
٢	سوق ٤٣٧	التدريب التعاوني	١٠	محصلة خبرات الطلاب خلال السنوات الدراسية السابقة ونقطة صقل المهارات وبلورتها في سبيل تخريج متخصص في مجال الإعلان والاتصال التسويقي.

خدمة المجتمع

- يحرص البرنامج على عقد شراكات مع المجتمع المحلي من خلال المؤسسات الإعلامية ووكالات الدعاية والاعلان والشركات المتضمنة مجال التخصص في القطاع العام والخاص في المملكة العربية السعودية والاستفادة منها في التدريب التعاوني، واستضافة العديد من الخبراء في مجال التخصص لإلقاء ندوات لمنسوبي القسم من أعضاء هيئة التدريس والطلاب والخريجين.
- التواصل الدائم مع خريجي البرنامج واستطلاع آرائهم فيما يقدمه البرنامج، ومشاركة الأطراف المجتمعية في اللجان الاستشارية بالقسم.
- تلقي الشكاوى والاقتراحات التطويرية من مختلف أطراف المستفيدين من البرنامج ودراستها واتخاذ ما يلزم من إجراءات تجاهها.
- التشجيع الدائم لمنسوبي القسم من الاشتراك في المسابقات والندوات والمؤتمرات العلمية المحلية والقومية والعالمية

أعضاء هيئة التدريس

م	الأسم	الجنسية	الدرجة العلمية	الإيميل الجامعي
١	حسن محمد صميلى	سعودي	أستاذ مساعد - رئيس القسم	Hmsomili@imamu.edu.sa
٢	إياد نسور	أردنى	أستاذ دكتور	laalnsour@imamu.edu.sa
٣	لمياء عبد الكريم قاسم	مصرية	أستاذ دكتور	lamohamed@imamu.edu.sa
٤	ياسر الشهري	سعودي	أستاذ دكتور	Yaalshehri@imamu.edu.sa
٥	أحمد هلال	مصري	أستاذ مشارك	Ahhelal@imamu.edu.sa
٦	ياسر عمار	مصري	أستاذ مشارك	Yammar@imamu.edu.sa
٧	سعود السهلي	سعودي	أستاذ مساعد	Saalsahli@imamu.edu.sa
٨	إبراهيم عزمي	مصري	أستاذ مساعد	laabdelwahab@imamu.edu.sa
٩	نوره سعود آل هلال	سعودية	أستاذ مساعد	Nalhilal@imamu.edu.sa

أساليب التواصل مع القسم

الأيمل :

الهاتف :

رؤية
VISION 2030
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

