



# دليل الطلاب

# قسم الإعلان والاتصال التسويقي



# 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/ بسام الغانم

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/ بسام الغانم

## 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.

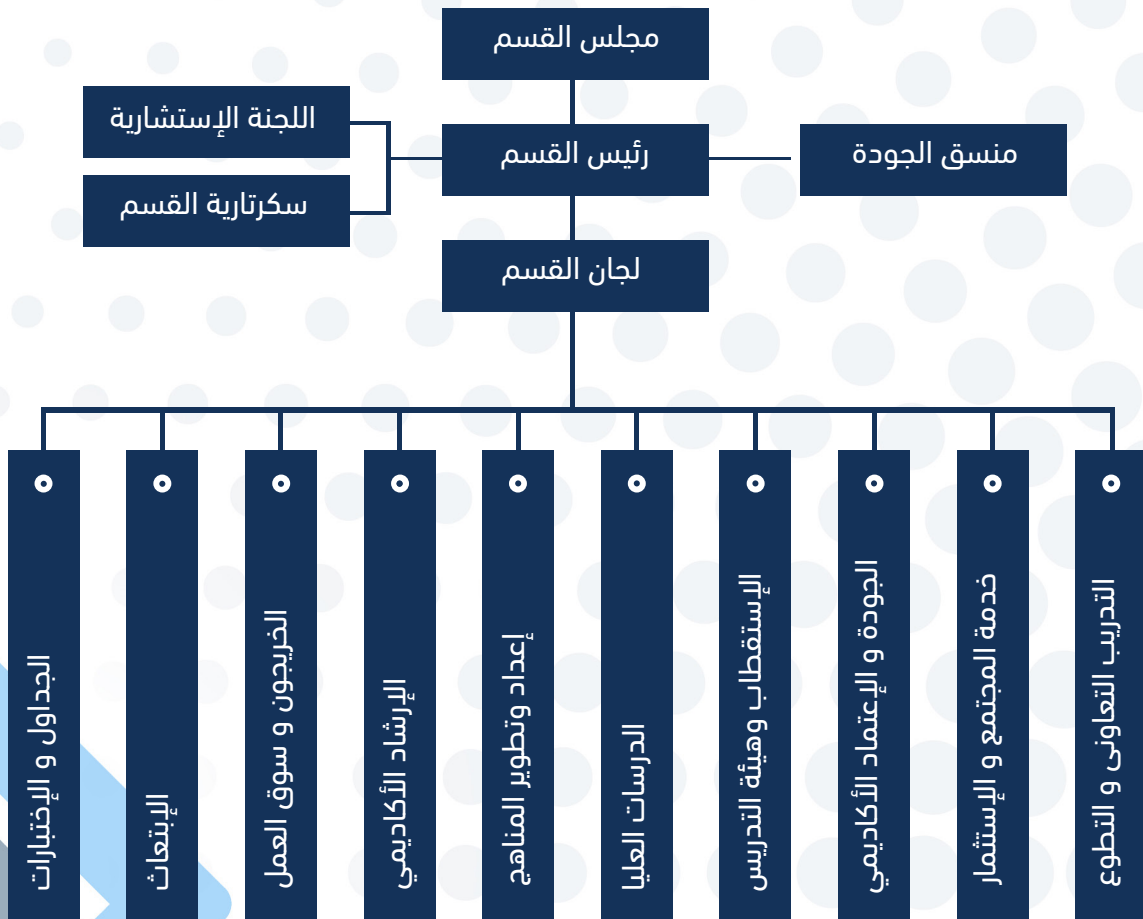
## نشأة قسم الإعلان والاتصال التسويقي

- 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



٤٢:١٩٢٠٢٣-٠٨-٠٩

المملكة العربية السعودية  
وزارة التعليم  
جامعة القصيم  
عمادة البكالوريوس والتسجيل

## الخطة الدراسية

الفصل الدراسي	الفصل الدراسي الأول ١٤٤٥	الكلية	الإعلام والاتصال	عدد مقررات البرنا	٥٢
القسم	الإعلان والاتصال التسويقي	البرنامج	بكالوريوس الإعلان	عدد وحدات البرنامج	١٥٨

المستوى : العاشر			الإعلان والاتصال ١ (١٤) ووح (٤) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
٤	سوق١٤١٤	دورة المشاريع الاتصالية	٣		
المستوى : الحادي عشر			الإعلان والاتصال ١ (١٣) ووح (٣) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	سوق١٤٢٩	مشروع تخرج	٦		
٢	سوق١٤٢١	مقياس التسويق	٣		
٣	سوق١٤٢٢	بحث الاتصال التسويقي والإعلان	٤		
المستوى : الثاني عشر			الإعلان والاتصال ١ (١٢) ووح (١) مقر		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	سوق١٤٣٩	تدريب تعاوني	١٢		
المستوى : متطلب جامعي			متطلب اختياري كلية ١ (٢) ووح (١) مقر		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	علم٢١٠٤	لمدخل الاجتماعي والنفس للإعلام	٢		
٢	علم٢١٠٥	مادة إعلامية باللغة الإنجليزية	٢		
٣	علم٢١٠٦	مدخل العلوم السياسية	٢		
٤	علم٢١٠٧	تاريخ الحديث والمعاصر	٢		
المستوى : متطلب جامعي			متطلب اختياري كلية ١ (٢) ووح (١) مقر		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	علم٢٢٠٥	جغرافيا سياسية	٢		
٢	علم٢٢٠٦	لترجمة الإعلامية	٢		
٣	علم٢٢٠٧	الإعلام وخصائص المجتمع	٢		
٤	علم٢٢٠٨	الامتيازات الدولية والقانون الدولي	٢		
المستوى : متطلب جامعي			متطلب اختياري تخصص (٣) ووح (١) مقر		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	عاج١٢١١	فن الإلقاء	٣		
٢	عاج١٢٣٢	لمونتاج الاعلاني والتلفزيوني	٣		
٣	مما١٣٢٢	تصميم المؤثرات السمعية والبصرية	٣		
المستوى : متطلب جامعي			متطلب اختياري تخصص (٣) ووح (١) مقر		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	عاج٢٤٢٢	تفكير الابداعي	٣		
٢	مما١١٣٢	تقنية الفيديو	٣		
٣	مما١٣٢٣	تتاج الرسوم المتحركة	٣		
المستوى : * متطلب جامعي اجباري (٤) ووح (٢) مقر					
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	قر١٠٠١	القرن الكريم	٢		
٢	نصو١٠٠١	لمهارات التفرقة	٢		
المستوى : متطلب ١ المعارف والقيم الاس (٢) ووح (١) مقر					
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	اصل١٠٠١	مفهوم الشريعة	٢		
٢	سنه١٠٠١	براسات في السنة النبوية	٢		
٣	عقد١٠٠١	لعقيدة	٢		
٤	فقه١٠٠١	فقه العبادات والاسرة	٢		
المستوى : متطلب ٢ قيم تاريخية ووطنية (٤) ووح (٢) مقر					
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	ترخ١٠٠١	براسات في السيرة النبوية	٢		
٢	ترخ١٠٠٢	لتاريخ الوطني	٢		
٣	لقفا١٠٠١	فقه الحدود والواجبات	٢		
٤	جغرا١٠٠١	لبينة والتنمية المستدامة	٢		

المستوى : الأول			الإعلان والاتصال ١ (١٠) ووح (٤) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	علم١١٠١	لإعلام السعودي	٢		
٢	علم١١٠٢	مدخل إلى الاتصال	٢		
٣	سوق١١١١	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٣		
٤	سوق١١١٣	سمن الإعلان	٣		
المستوى : الثاني			الإعلان والاتصال ١ (١٠) ووح (٣) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	سوق١١٢١	مصطلحات إنجليزية في التخصص	٣		
٢	سوق١١٢٢	لأتصال التسويقي الرقمي	٣		
٣	سوق١١٢٣	لتصوير الرقمي (١)	٤		
المستوى : الثالث			الإعلان والاتصال ١ (٥) ووح (٢) مقر		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	سوق١١٣١	لتاج المحتوى التسويقي	٣		
٢	علم١١٠٣	لتقاية لوسائل الإعلام	٢		
المستوى : الرابع			الإعلان والاتصال ١ (١٠) ووح (٣) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	علم١٢٠٥	لنتيج البحث الاعلاني	٢		
٢	سوق١٢١١	لتصوير الرقمي (٢)	٤		
٣	سوق١٢١٢	لبرامج التصميم الحاسوبية (١)	٤		
المستوى : الخامس			الإعلان والاتصال ١ (٨) ووح (٣) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	علم١٢٠٦	لظريات الاتصال	٢		
٢	علم١٢٠٨	لأحصاء التطبيقي	٢		
٣	سوق١٢٢١	لتصميم الإعلان (١)	٤		
المستوى : السادس			الإعلان والاتصال ١ (١١) ووح (٣) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	علم١٢٠٤	لأنظمة والأخلاقيات الإعلامية	٢		
٢	سوق١٢٣١	لبارك المستهلك	٣		
٣	سوق١٢٣٢	لبرامج التصميم الحاسوبية (٢)	٦		
المستوى : السابع			الإعلان والاتصال ١ (٦) ووح (٢) مقر		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	علم١٣٠٨	لرأي العام	٢		
٢	سوق١٣١١	لعلائمة التجارية	٣		
المستوى : الثامن			الإعلان والاتصال ١ (١١) ووح (٣) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	سوق١٣٢٤	لأتصال التسويقي المتكامل	٣		
٢	سوق١٣٢٢	لجربة العميل	٣		
٣	سوق١٣٢٣	لتصميم الإعلان (٢)	٤		
المستوى : التاسع			الإعلان والاتصال ١ (١٤) ووح (٤) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	سوق١٣٣١	لتصميم الهوية البصرية	٤		
٢	سوق١٣٣٢	لتسويق العلامات	٣		
٣	سوق١٣٣٣	لتكنولوجيا الاتصالات التسويقية	٣		
٤	سوق١٣٣٤	لتخطيط حملات الاتصال التسويقي	٤		
المستوى : العاشر			الإعلان والاتصال ١ (١٤) ووح (٤) مق		
م	رمز المقرر	اسم المقرر	م	رمز المقرر	اسم المقرر
١	سوق١٤١١	لتصميم المواقع الإلكترونية وإدارتها	٤		
٢	سوق١٤١٢	لتحليلات الاتصال التسويقي	٤		





## الخطط الدراسية

عدد مقررات البرنا	٥٢	الكلية	الإعلام والاتصال	الفصل الدراسي الأول ١٤٤٥	الفصل الدراسي
عدد وحدات البرنامج	١٥٨	البرنامج	بكالوريوس	الإعلان والاتصال التسويقي	القسم

المستوى : متطلب ٣ المهارات المهنية وسوق (٤) وحدة (٢) مقر			
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات
١	١٠٠١	مهارات القيادة	٢
٢	١٠٠١	دار الابتكار وريادة الأعمال	٢
٣	١٠٠١	قيم العمل وأخلاقياته	٢
٤	١٠٠١	مهارات التخطيط المالي	٢
٥	١٠٠١	مهارات اللغة الإنجليزية	٢
المستوى : متطلب ٤ المهارات التواصلية وا (٢) وحدة (١) مقر			
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات
١	١٠٠١	مهارات التحرير والخطاب	٢
٢	١٠٠١	الثقافة الصحية	٢
٣	١٠٠١	صحة النفسية	٢
المستوى : متطلب ٥ المهارات الأكاديمية (٤) وحدة (٢) مقر			
م	رمز المقرر	اسم المقرر	الوحدات
١	١٠٠١	مهارات التفكير	٢
٢	١٠٠١	مهارات القراءة	٢
٣	١٠٠١	المهارات التقنية	٢
٤	١٠٠١	ساعات الإحصاء	٢
٥	١٠٠١	مهارات التعلم الجامعي	٢

## 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

رمز المقرر	اسم المقرر
علم 1101	الاعلام السعودي
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• البيئة الثقافية والاجتماعية والتعليمية السعودية قبل انتشار وسائل الإعلام</li> <li>• نشأة الصحافة السعودية (مرحلة صحافة الأفراد، مرحلة صحافة المؤسسات وسماتها).</li> <li>• نشأة الإذاعة السعودية.</li> <li>• نشأة التلفزيون السعودي.</li> <li>• المؤسسات الإعلامية الرسمية السعودية</li> <li>• نشأة وكالة الأنباء السعودية</li> <li>• المتغيرات التي طرأت على مسيرة الإعلام السعودي من حيث: (الملكية، الرقابة الإعلامية، القائم بالاتصال، الوسائل الإعلامية، التخصص).</li> <li>• أنشأ وزارة الإعلام وما لحقها متغيرات الإعلام الداخلي والخارجي</li> <li>• أنشأ الهيئات الإعلامية المختلفة.</li> <li>• ظهور الإنترنت والنشر الإلكتروني</li> <li>• السياسات والأنظمة الإعلامية السعودية</li> </ul>
رمز المقرر	اسم المقرر
علم 1102	مدخل الى الاتصال
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الاتصال: تعريفه- مفاهيمه- عناصره- مستوياته</li> <li>• الاتصال: أنواعه – نماذجه</li> <li>• وسائل الاتصال المطبوعة: نشأتها - تطورها- خصائصها- استخداماتها</li> <li>• وسائل الاتصال المسموعة: نشأتها- تطورها- خصائصها – استخداماتها</li> <li>• وسائل الاتصال المرئية: نشأتها- تطورها- خصائصها – استخداماتها</li> <li>• وسائل الاتصال التفاعلي: نشأتها- استخداماتها- تقنياتها- خصائصها</li> <li>• الاتصال والمجتمع: وظائف الاتصال في المجتمع- مفهوم علم المجتمع الإعلامي</li> <li>• الاتصال والمجتمع: العوامل المؤثرة في الممارسة الاتصالية في المجتمع كالحرية والملكية والبيئة الثقافية والقيم الخلقية والاجتماعية</li> <li>• مهارات الاتصال وأدواته وأساليبه: التحدث- القراءة- الكتابة- الانصات- التفكير</li> </ul>
رمز المقرر	اسم المقرر
سوق 1111	مدخل الى الاتصال التسويقي
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم واهداف وخصائص وأهداف الاتصال التسويقي</li> <li>• العلاقة بين الاتصال التسويقي والتسويق</li> <li>• قرارات الاتصال التسويقي</li> <li>• أدوات الاتصال التسويقي: الإعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، أنشطة الانترنت، التسويق المباشر، إدارة علاقات الزبائن</li> <li>• قياس فاعلية الاتصال التسويقي</li> </ul>
رمز المقرر	اسم المقرر
سوق 1113	أسس الاعلان
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الإعلان (المفهوم والخصائص) وتاريخ ظهوره وتطوره وأهميته وأهدافه ووظائفه</li> <li>• الفكرة الإعلانية واستراتيجياتها وشروط نجاح الرسالة الاعلانية</li> <li>• فعالية الإعلان وأخلاقياته</li> <li>• أنواع الإعلان ووسائله المختلفة</li> <li>• وسائل الإعلان التقليدية والحديثة</li> <li>• دور الإعلان في بناء الصورة الذهنية</li> <li>• العملية الإعلانية (المكونات والعناصر)</li> </ul>

- الحملة الإعلانية بين المتغيرات والخصائص
- قوانين الإعلان وأخلاقياته
- العوامل المؤثرة في الإعلان

## المستوى الثاني

اسم المقرر	رمز المقرر
مصطلحات انجليزية في التخصص	سوق 1121
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مواضيع متخصصة في الاتصال التسويقي والاتصال التسويقي المتكامل.</li> <li>• مواضيع متخصصة في استراتيجيات الاتصال التسويقي</li> <li>• مواضيع متخصصة في التسويق الرقمي</li> <li>• مواضيع متخصصة في سلوك المستهلك الرقمي</li> <li>• مواضيع متخصصة في العلامة التجارية</li> <li>• مواضيع متخصصة في الاعلان</li> <li>• مواضيع متخصصة في بحوث الاتصال التسويقي</li> <li>• حالات دراسية باللغة الإنجليزية</li> <li>• قاموس الاتصال التسويقي: المفاهيم</li> <li>• قاموس الاتصال التسويقي: التعريفات</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
الاتصال التسويقي الرقمي	سوق 1122
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مقدمة عامة (مفهوم التسويق، ووظائفه وعناصر المزيج التسويقي، وخطته، وأهدافه</li> <li>• مفهوم الاتصال التسويقي الرقمي، والفرق بينه وبين النموذج التقليدي في الاتصال التسويقي</li> <li>• أسباب التوجه نحو الاتصال التسويقي الرقمي وأبعاد التكامل في نموذج الاتصال التسويقي الرقمي</li> <li>• العوامل المؤثرة على تكوين مزيج الاتصال التسويقي الرقمي ومكوناته ومقارنته بالأدوات التقليدية في الاتصال التسويقي.</li> <li>• البيع الشخصي - تنشيط المبيعات - الترويج في ظل التسويق الرقمي</li> <li>• الأسس الفنية لإنتاج مواد التسويق الرقمي.</li> <li>• الأدوات الحديثة في الاتصال التسويقي الرقمي: الانترنت - منصات التواصل - التطبيقات الذكية الحديثة - صفحات web، خدمات الإيميل والمجموعات البريدية، الشبكات الاجتماعية، المدونات blog، الويكيبيديا ومحركات البحث.</li> <li>• التخطيط لحمالات الاتصال التسويقي الرقمي - تخطيط حملات شبكات التواصل الاجتماعية</li> <li>• تطبيقات عملية على نماذج من أدوات الاتصال التسويقي المختلفة (رقمي - تقليدي)</li> <li>• أساليب إعداد خطة لتسويق منتج باستخدام الوسائل الرقمية الحديثة مع عرض نماذج بذلك.</li> <li>• (إعداد خطة لتسويق منتج باستخدام الوسائل الرقمية).</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
التصوير الرقمي (1)	سوق 1123
<ul style="list-style-type: none"> <li>• التعرف على المفاهيم والمبادئ الأساسية للتصوير الرقمي في مجال الإعلان الثابت.</li> <li>• أهمية التصوير الرقمي في إنتاج الصورة الإعلانية الرقمية الثابتة.</li> <li>• التعرف على المفاهيم والمبادئ الأساسية لأساليب توزيع الإضاءة في مجال الإعلان الثابت.</li> <li>• آلات التصوير الفوتوغرافية الرقمية.</li> <li>• مواصفات وخصائص آلة التصوير الفوتوغرافية الرقمية.</li> <li>• فكرة عمل آلة التصوير الفوتوغرافية الرقمية.</li> <li>• تصنيفات آلات التصوير الرقمية المستخدمة في التصوير الرقمي الاعلاني الثابت.</li> <li>• الأجزاء المكونة لآلة التصوير الرقمية.</li> <li>• هيكل آلة التصوير وعدسة التصوير والوسائط الحساسة للصورة.</li> <li>• أهمية المحسس الضوئي في إنتاج الصورة الإعلانية الرقمية الثابتة.</li> <li>• الغالق وأنواعه، والمرآة العاكسة ومحددات الرؤية.</li> </ul>	

- شاشات العرض، والبطاريات والتوصيلات المستخدمة بألة التصوير الرقمي.
- أساليب ومعايير ضبط آلة التصوير الفوتوغرافي الرقمية (ضبط إعدادات آلة التصوير، وضبط اتزان ألوان الصورة الرقمية الإعلانية الثابتة، وأساليب ضبط التعريض الضوئي، وأسس ضبط مدي التباين للصورة الرقمية الإعلانية الثابتة).
- أساليب التحكم في تكوين الصورة الرقمية الإعلانية الثابتة من خلال (قواعد وأسس وعناصر التكوين للصورة الرقمية الإعلانية الثابتة، وزاوية رؤية العدسة، وأحجام اللقطات الإعلانية).
- الأنظمة المتنوعة لوصف اللون رقمياً.
- عدسات آلات التصوير الفوتوغرافية الرقمية.
- التصوير الرقمي الإعلاني الثابت باستخدام العدسات قصيرة البعد البؤري، والعدسات متوسطة البعد البؤري، والعدسات طويلة البعد البؤري، والعدسات متغيرة البعد البؤري، والعدسات الخاصة.
- أهمية التركيز البؤري، وعمق الميدان في الصورة الإعلانية الثابتة.
- خصائص ومواصفات العدسات، والعوامل التي تتحكم في جودة الصورة الإعلانية الرقمية الثابتة.
- الأساليب التكنولوجية للإضاءة في التصوير الرقمي في مجال الإعلان الثابت.
- خصائص ومواصفات مصادر الإضاءة (الطبيعية، والمستمرة، والخاطفة) في التصوير الرقمي الإعلاني الثابت.
- أساليب ووسائل التحكم في أجهزة الإضاءة الفوتوغرافية في التصوير الرقمي الإعلاني للحصول على إضاءة منتشرة أو مركزة، وحادة أو ناعمة، وضبط شدة الإضاءة، وسبل تشكيل البقعة الضوئية وضبط حجمها.
- الأساليب الفنية للإضاءة في التصوير الرقمي في مجال الإعلان الثابت.
- دائرة توزيع زوايا الضوء في التصوير الرقمي الإعلاني الثابت.
- ضبط اتجاهات وزوايا الإضاءة في التصوير الرقمي الإعلاني الثابت.
- مستويات الإضاءة في التصوير الرقمي الإعلاني الثابت.
- المؤثرات الخاصة ومصادر الإضاءة في التصوير الرقمي الإعلاني الثابت.
- أساليب التصوير الرقمي الخاصة في مجال الإعلان الثابت (التصوير المقرب، والتصوير عالي السرعة والبطيء، والتصوير البانورامي).
- المرشحات الضوئية ونظرية عملها في التصوير الرقمي الإعلاني.
- خصائص أنواع المرشحات الضوئية المختلفة واستخدامها في مجال التصوير الرقمي الإعلاني الثابت للتأثير في تغيير خصائص الضوء في كل من (اللون، والشدة، والنوعية).

### المستوى الثالث

اسم المقرر	رمز المقرر
انتاج المحتوى التسويقي	سوق 1131
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل إلى إنتاج المحتوى التسويقي (مقدمة في إنتاج المحتوى، تاريخ إنتاج المحتوى، مفهوم إنتاج المحتوى التسويقي)</li> <li>• أهمية إنتاج المحتوى التسويقي، وأهدافه</li> <li>• إنتاج المحتوى التسويقي (المحتوى النصي، المحتوى المرئي والمسموع، المحتوى الإلكتروني)</li> <li>• الفئات المستهدفة (أهمية الجمهور، التعامل مع التعدد الجماهيري، إنتاج محتوى متعدد)</li> <li>• التخطيط لإنتاج المحتوى التسويقي (خرائط شخصية للمشتري، العصف الذهني للأفكار)</li> <li>• إدارة المحتوى التسويقي (مدير فريق المحتوى، مدير التحرر، الاستعانة بالمصادر خارجية)</li> <li>• إنتاج المحتوى التسويقي لوسائل التواصل الاجتماعي (إنتاج المحتوى لتويتر، إنتاج المحتوى للينكد إن، إنتاج المحتوى لجوجل - إنتاج المحتوى لليوتيوب)</li> <li>• نماذج تطبيقية لإنتاج محتوى (التعرف على النماذج الرئيسية كتابة المحتوى، قراءة في نماذج تطبيقية ميدانية لإنتاج المحتوى)</li> <li>• تقييم وقياس أداء المحتوى التسويقي (التقييم الذاتي للمحتوى قبل تقديمه، تعديل المحتوى وإعادة تصميمه)</li> <li>• ترويج المحتوى (أدوات ترويج المحتوى التسويقي، آلية ترويج المحتوى عبر الانترنت)</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
الكتابة لوسائل الاعلام	علم 1103
	مدخل إلى الكتابة

<ul style="list-style-type: none"> <li>• اشكال الكتابة الصحفية</li> <li>• أساليب الكتابة الإذاعية</li> <li>• تحرير مطبوعات العلاقات العامة</li> <li>• تحرير الإعلان والرسائل التسويقية</li> <li>• الكتابة لوسائل الإعلام الجديدة</li> <li>• الكتابة الإبداعية</li> </ul>
--

<b>المستوى الرابع</b>	
رمز المقرر	اسم المقرر
علم 1205	منهج البحث الاعلامي
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم البحث العلمي</li> <li>• أهداف البحث الإعلامي</li> <li>• أنواع البحوث الإعلامية</li> <li>• البحوث الإعلامية الكمية</li> <li>• البحوث الإعلامية الكيفية</li> <li>• مفهوم المنهج وأنواع المناهج الإعلامية</li> <li>• الخطوات الإجرائية لإعداد المشروعات البحثية</li> <li>• تطبيقات على البحوث الإعلامية</li> </ul>	
رمز المقرر	اسم المقرر
سوق 1211	التصوير الرقمي (2)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• التعرف على المفاهيم والمبادئ الأساسية للتصوير الرقمي في مجال الإعلان المتحرك.</li> <li>• التعرف على المفاهيم والمبادئ الأساسية لأساليب توزيع الإضاءة في مجال الإعلان المتحرك.</li> <li>• مراحل تكون الصورة الإعلانية بالآلات التصوير التليفزيونية الرقمية (العدسة، ومجزئ الوميض، المرشح، المحسس الضوئي، وحدة المعالجة).</li> <li>• أهمية المحسس الضوئي في إنتاج الصورة الإعلانية الرقمية المتحركة.</li> <li>• أنظمة التسجيل والبيث والعرض للإعلانات الرقمية المتحركة (النسبة بين عرض الصورة وارتفاعها، وأنظمة التليفزيون الرقمي، وأنواع المسح الرقمي).</li> <li>• تصنيفات آلات التصوير الرقمية المستخدمة في التصوير الرقمي الاعلاني المتحرك (آلات تصوير الأستوديو الرقمية، وآلات تصوير رقمية محمولة، وآلات التصوير الرقمية للتليفزيون عالي الدقة والوضوح).</li> <li>• أساليب ومعايير ضبط آلة التصوير التليفزيوني الرقمية (ضبط إعدادات آلة التصوير، وضبط ائزان ألوان الصورة الرقمية الإعلانية المتحركة، وأساليب ضبط التعريض الضوئي، وأسس ضبط مدي التباين للصورة الرقمية الإعلانية المتحركة).</li> <li>• أنواع وخصائص عدسات آلات التصوير الرقمية المستخدمة في التصوير الاعلاني المتحرك.</li> <li>• التصوير الرقمي الاعلاني المتحرك باستخدام العدسات قصيرة البعد البؤري، والعدسات متوسطة البعد البؤري، والعدسات طويلة البعد البؤري، والعدسات متغيرة البعد البؤري، والعدسات الخاصة.</li> <li>• أهمية التركيز البؤري، وعمق الميدان في الصورة الإعلانية المتحركة.</li> <li>• أساليب التحكم في تكوين الصورة الرقمية الإعلانية المتحركة من خلال (قواعد وأسس التكوين للصورة الرقمية الإعلانية المتحركة، وحركة آلة التصوير الرقمية، وزاوية رؤية العدسة، وأحجام اللقطات الإعلانية).</li> <li>• أنواع مصادر الإضاءة المستخدمة في التصوير الاعلاني المتحرك (مصادر الإضاءة الطبيعية ومصادر الإضاءة الصناعية).</li> <li>• مصادر الإضاءة الصناعية المستمرة ومصابيحها (مصادر إضاءة التنجستين، ومصادر الإضاءة الهاليد المعدنية، ومصادر الإضاءة الفلورسنت، ومصادر إضاءة أشباه الموصلات LED Light)</li> <li>• المؤثرات الخاصة ومصادر الإضاءة في التصوير الرقمي الاعلاني المتحرك.</li> <li>• أساليب الإضاءة في التصوير الاعلاني الرقمي المتحرك (أسلوب الإضاءة المركزة، وأسلوب الإضاءة المنتشرة).</li> <li>• تطبيقات عملية لاستخدام الإضاءة الرئيسية والإضاءة الكاملة، والضوء الخلفي، وإضاءة الخلفية، في التصوير الرقمي الاعلاني المتحرك.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• مستويات الإضاءة في التصوير الرقمي الإعلاني المتحرك.</li> <li>• ضبط اتجاهات وزوايا الإضاءة في التصوير الرقمي الإعلاني المتحرك.</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
برامج التصميم الحاسوبية (1)	سوق 1212
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل لبرنامج الفوتوشوب: حيز العمل ومفهوم القوائم الرئيسية وأوامرها والبيكسل وملف الصورة.</li> <li>• قوائم برنامج الفوتوشوب File, Edit &amp; Image: تطبيق أوامر قائمة File وأوامر قائمة Edit وأوامر قائمة Image وأنظمة اللون.</li> <li>• قوائم برنامج الفوتوشوب Layer, Select &amp; Filter: تطبيق أوامر قائمة Layer وأوامر قائمة Select وأوامر قائمة Filter</li> <li>• قوائم برنامج الفوتوشوب 3D, View, Window &amp; Help: أوامر قائمة 3D ومفهوم التصميم ثلاثي الأبعاد وأوامر قائمة View وأوامر قائمة Window وخيارات قائمة Help</li> <li>• أدوات الاختيار أو التحديد Selection Tools: استخدام أدوات التحديد الهندسية وخياراتها، واستخدام أدوات التحديد الحرة وخياراتها.</li> <li>• أدوات الرسم والتلوين والتعديل والتحسين: استخدام أدوات وخيارات Brush, Pencil, Line, Rectangle, Ellipse, Custom Shape.....، واستخدام أدوات وخيارات Gradient, Paint Bucket, Eye Dropper, Eraser, Blur..... Patch, Dodge, Burn, Sponge .....</li> <li>• أدوات رسم المسارات Paths والأقنعة Masks: إنشاء المسارات وإنتاجها، واستخدام لوحة المسارات Path Panel، ودراسة مفهوم الأقنعة واستخدام الأوامر المرتبطة بها.</li> <li>• أساليب تحرير وتصميم النصوص: استخدام أدوات كتابة النصوص المتنوعة واستخدام اللوحات المرتبطة بكتابة وتحرير النصوص ومعالجة الفقرات وتصميم وتخصيص مسارات الكتابة.</li> <li>• أساليب ضبط ألوان وكثافات الصورة: باستخدام Levels, Curves, Brightness &amp; Contrast, Histogram, .....، وباستخدام Exposure, Histogram, Photo Filter, .....، ولوحة Channels، وباستخدام Hue &amp; Saturation, Color Balance, Selective Colors, Variations .....</li> <li>• أساسيات وأساليب المونتاج وتركيب الصور في برنامج الفوتوشوب: الأسس العلمية لمونتاج وتركيب الصور.</li> <li>• استخدام الشفاف Layers وأساليب المزج Blend في تركيب ومونتاج الصور</li> <li>• استخدام الأساليب المتقدمة والمركبة في تركيب ومونتاج الصور Vanishing Point, Complex Selections, Complex Paths</li> <li>• إنتاج المؤثرات الخاصة باستخدام المرشحات Filters الأساسية والمرشحات الفنية والإبداعية في برنامج الفوتوشوب</li> <li>• أساليب التعامل مع الفيديو والرسوم المتحركة في برنامج الفوتوشوب: باستخدام الأوامر الأساسية المرتبطة بتحرير الفيديو واستيراد ملفاته والأوامر الأساسية الخاصة بلوحة التحكم Timeline في برنامج الفوتوشوب</li> <li>• إنشاء الرسوم المتحركة في برنامج الفوتوشوب</li> </ul>	

المستوى الخامس	
اسم المقرر	رمز المقرر
نظريات الاتصال	علم 1206
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تمهيد وعرض لمحتويات وأهداف المقرر</li> <li>• مدخل إلى مفهوم النظرية، وأهداف نظريات الإعلام</li> <li>• أنواع التأثيرات الإعلامية ومستوياتها</li> <li>• نظرية الرصاصة الإعلامية – نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام</li> <li>• فرضية سريان المعلومات على مرحلتين</li> <li>• مدخل الاستخدامات والإشباع</li> <li>• نظرية انتشار المبتكرات</li> <li>• نظرية دوامة الصمت</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نظرية الغرس الثقافي</li> <li>• نظرية الأطر الخبرية</li> <li>• نظرية فجوة المعرفة ونظرية الاعتماد</li> </ul>
اسم المقرر	رمز المقرر
الإحصاء التطبيقي	علم 1208
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• علم الإحصاء (مفهومه/أنواعه/ أهميته/ مراحلها)</li> <li>• البيانات وأنواعها ومستويات القياس</li> <li>• تحديد حجم العينة في الدراسات الإعلامية</li> <li>• تويب وعرض البيانات</li> <li>• مقاييس النزعة المركزية (المتوسط)</li> <li>• مقاييس النزعة المركزية (الوسيط)</li> <li>• مقاييس النزعة المركزية (المنوال)</li> <li>• مقاييس التشتت (المدى/ التباين)</li> <li>• مقاييس التشتت (الانحراف المعياري)</li> <li>• معاملات الارتباط (بيرسون)</li> <li>• معاملات الارتباط (سبيرمان)</li> </ul>
اسم المقرر	رمز المقرر
تصميم الإعلان (1)	سوق 1221
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نبذة عن تاريخ التصميم الإعلاني الثابت وأنواعه</li> <li>• مفهوم الإعلان الثابت والنصوص الإعلانية.</li> <li>• أهداف الإعلان الثابت.</li> <li>• الإعلان الثابت كوسيلة اتصال.</li> <li>• وسائل الإعلان الثابت.</li> <li>• سيكولوجية الإعلان.</li> <li>• مبادئ وأساليب تحرير الإعلان الثابت.</li> <li>• أخلاقيات تحرير الإعلان الثابت.</li> <li>• عناصر تصميم الإعلان الثابت (التنسيق / التكوين / اللون / الخطوط / الرسوم / الصور)</li> <li>• تطبيق عملي على كيفية تحرير وتصميم الإعلان الثابت.</li> <li>• تدريب على إنتاج إعلان مطبوع باستخدام برامج الحاسوب.</li> <li>• العوامل المؤثرة في التصميم الإعلاني وأسس البناء البصري للإعلان الثابت.</li> <li>• تصميم الشعار، تطبيق عملي لتصميم الشعارات، تصميم الملصقات، تصميم الإعلان الصحفي، تصميم الإعلان الخارجي، تصميم الإعلان الرقمي الثابت</li> <li>• مفهوم الهوية المؤسسية والبصرية.</li> <li>• مكونات دليل الهوية البصرية.</li> <li>• كيفية استخدام الهوية البصرية في تصميم الإعلان الثابت.</li> <li>• تطبيق عملي باستخدام دليل الهوية البصرية في تصميم الإعلان الثابت</li> <li>• النظام الشبكي في التصميم الإعلاني.</li> <li>• العلامات والرموز واستخدامها في أنظمة التوجيه والإرشاد.</li> </ul>

## المستوى السادس

اسم المقرر	رمز المقرر
الأنظمة والأخلاقيات الإعلامية	علم 1204
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل للأنظمة الإعلامية: مفهوم الأنظمة الإعلامية، وأهميتها، ووظائفها، وانعكاساتها على الأداء الإعلامي ، أنواع الأنظمة الإعلامية، الأنظمة الإعلامية الوطنية، الأنظمة الإعلامية الإقليمية والدولية، الأنظمة الخاصة بوسائل الإعلام (التنظيمات الداخلية للوسائل)</li> </ul>

- حرية التعبير: مفهوم الحرية ومصدرها وحدودها في الأديان والفلسفات المختلفة، علاقة حرية التعبير (حرية الرأي) بحرية الاعتقاد، حرية التعبير في التاريخ القديم، والحديث، حرية التعبير في الإسلام، حرية التعبير في القوانين الدولية (الأطر القانونية المنظمة لوسائل الإعلام الدولية: البث الفضائي والإعلام الإلكتروني)، حرية التعبير في المملكة
- مفاهيم مرتبطة بالأطر القانونية للإعلام: حرية المعلومات، سرية المعلومات، الرقابة الإعلامية، الرقابة الذاتية للإعلاميين، الحصانة الإعلامية، الخصوصية الشخصية
- الأطر المنظمة وذات العلاقة بالعمل الإعلامي في المملكة: النظام الأساسي للحكم، السياسة الإعلامية للمملكة، نظام المؤسسات الصحفية
- الأطر المنظمة وذات العلاقة بالعمل الإعلامي في المملكة: نظام المطبوعات والنشر، أنظمة الإعلام المرئي والمسموع، نظام النشر الإلكتروني، نظام مكافحة الجرائم الإلكترونية
- نماذج من المخالفات القانونية الإعلامية في المملكة
- مدخل للأخلاقيات الإعلامية: مفهوم الأخلاقيات الإعلامية، وأهميتها، وانعكاساتها على الأداء الإعلامي
- الضوابط الشرعية للأخلاقيات الإعلامية: المشروعية، المسؤولية، القدرة والاستطاعة.
- الأخلاقيات في الأنظمة الإعلامية ونظام العمل بالمملكة: الواجبات، الحقوق، العقوبات، الجهات الحكومية الرقابية على أخلاق العمل.
- نماذج من مخالفات الأخلاقيات الإعلامية في المملكة

اسم المقرر	رمز المقرر
سلوك المستهلك	سوق 1231
<ul style="list-style-type: none"> <li>• أساسيات سلوك المستهلك</li> <li>• المفهوم، الأهمية، الأهداف، تصنيفات المستهلك.</li> <li>• تجزئة أسواق المستهلكين</li> <li>• المفهوم، المزايا، أنماط التجزئة، أسس التجزئة الفعالة، تجزئة أسواق المستهلكين</li> <li>• المؤثرات الداخلية (التسويقية) على سلوك المستهلك</li> <li>• المنتج، تأثير السعر، تأثير التوزيع، أنشطة الاتصال التسويقي</li> <li>• المؤثرات الخارجية على سلوك المستهلك</li> <li>• العوامل الثقافية وتشمل: الثقافة، الثقافة الفرعية، الطبقة الاجتماعية</li> <li>• العوامل الاجتماعية وتشمل الجماعات المرجعية، الأسرة، الأدوار والأوضاع.</li> <li>• العوامل الشخصية وتشمل: العمر في دورة الحياة، المهنة، الظروف الاقتصادية، نمط الحياة الشخصية، المفهوم الذاتي.</li> <li>• العوامل النفسية وتشمل الدوافع، الإدراك، التعلم، الشخصية، الاعتقادات والاتجاهات</li> <li>• صناعة قرار الشراء، مراحل اتخاذ قرار الشراء، أنواع السلوك الشرائي، أدوار الشراء</li> <li>• حركة حماية المستهلك، الأهداف والمبادئ، مجالات الإخلال بحماية المستهلك، الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
برامج التصميم الحاسوبية (2)	سوق 1232
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم تصميم الصور المتحركة (Motion Picture Design)</li> <li>• أنظمة البث التليفزيوني (PAL-NTSC-HD-2K-4K)</li> <li>• مونتاج أفلام اليوتيوب.</li> <li>• مبادئ العمل الأساسية في برنامج (DaVinci Resolve) أو (Adobe Premiere)</li> <li>• واجهة البرنامج.</li> <li>• ضبط نوافذ العمل (Work Space)</li> <li>• إعدادات مشروع المونتاج (Project Setting)</li> <li>• استيراد الملفات (الصورة-الصوت-الفيديو).</li> <li>• إنتاج مونتاج لفيلم قصير في برنامج (DaVinci Resolve) أو (Adobe Premiere)</li> <li>• تعريف المونتاج المبدئي في نافذة (Source Monitor)، تعريف المونتاج في نافذة (Time Line)</li> </ul>	

- الكتابة في برنامج (DaVinci Resolve) أو (Adobe Premiere)، الكتابة والتصميم في برنامج (Adobe Premiere)
- (تصميم اللوحات-شارة البداية والنهاية-الشعار) وتوظيفها في برنامج المونتاج.
- تصدير ملفات (Adobe Photoshop) في برنامج (Adobe Premiere)
- تصميم انتقالات الصورة (Video Transition)، تصميم مؤثرات الصورة (Video Effects).
- استيراد ملفات من أشرطة الفيديو (Capture) ومن وسائط التخزين
- الصوت في برنامج (DaVinci Resolve) أو (Adobe Premiere)
- ضبط منحنيات جودة الصورة (Wave Form) والتصحيح اللوني (Color Correction).
- عمل شارة النهاية للأعمال التلفزيونية.
- Export تصدير الملفات.
- الصيغ والامتدادات
- تطبيق قواعد وجماليات القطع والمونتاج في برنامج Adobe Premiere و DaVinci Resolve
- أساليب ضبط ألوان وكثافات الصورة: باستخدام Levels, Curves, Brightness & Contrast, Histogram, Histogram، وباستخدام Exposure, Histogram, Photo Filter، وباستخدام Channels، وباستخدام Hue & Saturation, Color Balance, Selective Colors, Variations داخل برنامج DaVinci Resolve و Adobe Premiere
- استخدام الشفافات Layers وأساليب المزج Blend في تركيب ومونتاج الصور
- استخدام الأساليب المتقدمة والمركبة في تركيب ومونتاج الصور ومقاطع الفيديو
- إنتاج المؤثرات الخاصة باستخدام المرشحات Filters الأساسية والمرشحات الفنية والإبداعية وأساليب التعامل مع الفيديو والرسوم المتحركة في برنامج (DaVinci Resolve) أو (Adobe Premiere): باستخدام الأوامر الأساسية المرتبطة بتحرير الفيديو واستيراد ملفاته والأوامر الأساسية الخاصة بلوحة التحكم Timeline

المستوى السابع	
اسم المقرر	رمز المقرر
الرأي العام	علم 1308
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل إلى المقرر</li> <li>• مفهوم الرأي العام ومجالاته.</li> <li>• أنواع الرأي العام وتقسيماته.</li> <li>• خصائص الرأي العام.</li> <li>• عوامل تكوين الرأي العام</li> <li>• وظائف الرأي العام</li> <li>• وسائل التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام</li> <li>• الرأي العام والدعاية:</li> <li>• مفهوم الدعاية</li> <li>• أنواع الدعاية.</li> <li>• أساليب الدعاية لتشكيل الرأي العام</li> <li>• الدعاية والحرب النفسية والتأثير في توجهات الرأي العام</li> <li>• قياس الرأي العام.</li> <li>• أهداف قياس الرأي العام.</li> <li>• أساليب قياس الرأي العام.</li> <li>• نقد أساليب قياس الرأي العام.</li> </ul>
اسم المقرر	رمز المقرر
العلامة التجارية	سوق 1311
	مفهوم العلامة التجارية وأهميتها وتطورها واستراتيجيتها وأنواعها

- دور العلامة التجارية في بناء الهوية المؤسسية
- قيمة العلامة التجارية
- ادارة العلامة التجارية وتسجيلها
- تفعيل العلامة التجارية في وسائل الاتصال التسويقي
- جودة بناء تصميم العلامة التجارية
- العلامة التجارية وسلوك المستهلك
- هوية العلامة التجارية
- أسس بناء الولاء للعلامة التجارية
- استراتيجيات تعزيز العلامة التجارية
- إيجابيات وسلبيات بناء العلامة التجارية
- حالات دراسية في ادارة العلامة التجارية

## المستوى الثامن

اسم المقرر	رمز المقرر
الاتصال التسويقي المتكامل	سوق 1324
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مقدمة عامة (مفهوم التسويق، ووظائفه وعناصر المزيج التسويقي، وخطته، وأهدافه</li> <li>• مفهوم الاتصال التسويقي المتكامل، والفرق بينه وبين النموذج التقليدي في الاتصال التسويقي)</li> <li>• أسباب التوجه نحو الاتصال التسويقي المتكامل</li> <li>• أبعاد التكامل في نموذج الاتصال التسويقي المتكامل</li> <li>• مستويات ومراحل تحقيق التكامل في أنشطة الاتصال التسويقي</li> <li>• العوامل المؤثرة على تكوين مزيج الاتصال التسويقي المتكامل ومعوقاته</li> <li>• أنشطة الاتصال التسويقي المتكامل</li> <li>• تطبيقات عملية على نماذج من أدوات الاتصال التسويقي المختلفة</li> <li>• التخطيط لبرنامج الاتصال التسويقي المتكامل للمنشأة</li> <li>• التخطيط لحمات الاتصال التسويقي المتكامل</li> <li>• قياس التكامل في أنشطة الاتصال التسويقي</li> <li>• تطبيقات على قياس التكامل في أنشطة الاتصال التسويقي</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
تجربة العميل	سوق 1322
<ul style="list-style-type: none"> <li>• أساسيات تجارب العملاء: تاريخ تجارب العملاء – مفهوم تجارب العملاء – أهمية تجارب العملاء</li> <li>• ثقافة ومحورية تجارب العملاء: بيئة وثقافة تجارب العملاء – محورية العميل – ثقافة التغيير – الفرق بين تجارب وخدمات العملاء</li> <li>• الإطار العام لإدارة تجارب العملاء: أعمدة التجربة – قواعد تجارب العملاء- الإطار التشغيلي- آليات تقييم الوضع الحالي</li> <li>• صوت العميل: تعريف صوت العميل – أهمية صوت العميل – منهجية صوت العميل – أدوات وطرق جمع البيانات - مؤشرات قياس التجربة – نماذج تطبيقية لبرنامج صوت العميل</li> <li>• استراتيجيات تجارب العملاء: تعريف استراتيجية التجربة – رؤية التجربة – الأهداف الاستراتيجية – المبادرات الاستراتيجية – بناء خارطة الطريق</li> <li>• تخطيط رحلات العملاء: تعريف رحلات العملاء – أهمية رحلات العملاء – خارطة رحلات العملاء – تجربة واجهة المستخدم</li> <li>• إدارة تجربة العميل في إطار الاتصال التسويقي: تخطيط وإدارة نقاط الالتقاء مع العملاء</li> <li>• إدارة تحليلات وبيانات تجارب العملاء: تعريف وأهمية تحليلات وبيانات تجربة العملاء -قنوات البيانات المتعددة- منهجية إدارة البيانات- أنواع تحليل البيانات – لوحة البيانات</li> <li>• إدارة مبادرات تجارب العملاء: مفهوم المبادرات – رحلة إدارة المبادرات – دور وأهمية إدارة المبادرات- لوحة متابعة المبادرات</li> </ul>	

- حالات تطبيقية في إدارة تجربة العميل (مجموعة 1): إدارة تجربة العميل في الحكومة الالكترونية، إدارة تجربة العميل في المؤسسات الحكومية الخدمية
- حالات تطبيقية في إدارة تجربة العميل (مجموعة 2): إدارة تجربة العميل في القطاع الخدمي، إدارة تجربة العميل في قطاع المنتجات

اسم المقرر	رمز المقرر
تصميم الإعلان (2)	سوق 1323
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مقدمة في الإعلان المرئي: مراجعة نماذج ونظريات الإعلان، تعريف الإعلان وأنواعه، خصائص الإعلان المرئي</li> <li>• مراحل وخطوات تحرير الإعلان المرئي: الفكرة الإعلانية (مصادرها وآليات ابتكارها)، تحرير الأفكار، السيناريو في إعلان الفيديو</li> <li>• الأفكار في تصميم الإعلان المرئي: العصف الذهني، استخلاص الأفكار النهائية، الهيكل الإعلاني</li> <li>• أسس تصميم الإعلان المرئي: التوازن/ التناسب/ التتابع / التأكيد / الوحدة / البساطة/ التباين/ التردد / التناغم، عرض نماذج لإعلان مرئي ونقدها وفق أسس الإعلان، تطبيق أسس تصميم الإعلان المرئي عملياً</li> <li>• عناصر تصميم الإعلان المرئي: النقطة- الخط - الشكل- الملمس- الفراغ- اللون- الكتابة، عرض نماذج لإعلان مرئي وتحليلها وفق عناصر تصميم الإعلان المرئي</li> <li>• نشر الإعلان المرئي على الانترنت والوسائل التقليدية: مواقع الويب / شبكات التواصل الاجتماعي / التطبيقات الإلكترونية، التلفزيون / السينما / شاشات الإعلانات المرئية في الإعلانات الخارجية</li> <li>• تصميم الإعلان المرئي ثنائي الأبعاد: استعراض واجهة البرنامج المستخدم للتصميم ثنائي الأبعاد، تحرير وتصميم الإعلان الثنائي الأبعاد / تصدير الإعلان للإنتاج</li> <li>• تصميم الإعلان المتحرك ثلاثي الأبعاد: استعراض واجهة البرنامج المستخدم للتصميم ثنائي الأبعاد، تحرير وتصميم الإعلان الثلاثي الأبعاد / تصدير الإعلان للإنتاج، مونتاج الإعلان المرئي وتحريره:</li> <li>• الإخراج النهائي للإعلان المرئي: المؤثرات الصوتية في الإعلان المرئي SFX ، المؤثرات البصرية في الإعلان المرئي VFX.</li> <li>• تقييم الإعلان المتحرك: تحليل الإعلان المتحرك ورصد مشاكل التصميم، تصحيح المشكلات في الإعلان المتحرك ومراجعتها، الاتجاهات الحديثة في أساليب تصميم الإعلان المتحرك، النمذجة والمحاكاة الافتراضية في الإعلان، إعلانات الهولوجرام المتحركة</li> </ul>	

## المستوى التاسع

اسم المقرر	رمز المقرر
تصميم الهوية البصرية	سوق 1331
<ul style="list-style-type: none"> <li>• أسس بناء الهوية البصرية.</li> <li>• تحليل عناصر تصميم الهوية البصرية من حيث الشكل والمضمون</li> <li>• مميزات الهوية البصرية.</li> <li>• أهداف الهوية البصرية.</li> <li>• عناصر تصميم الهوية البصرية المتكاملة</li> <li>• الشكل وأهميته في إستراتيجية بناء الهوية البصرية.</li> <li>• أهمية الهوية البصرية في بناء الحملات الإعلانية.</li> <li>• عناصر بناء الهوية البصرية.</li> <li>• أشكال الهوية البصرية.</li> <li>• الهوية الموحدة (الفردية)، الهوية المحولة (المزدوجة)، الهوية التعددية.</li> <li>• وظائف الهوية البصرية</li> <li>• البرامج التصميمية لصياغة الهوية البصرية.</li> <li>• الحملات المؤسسية، حملات بناء الماركة.</li> <li>• قياس فاعلية الهوية البصرية</li> <li>• تحليل نماذج الهوية البصرية من خلال دليل الهوية البصرية للعديد من الجهات الحكومية السعودية والشركات الوطنية والعالمية.</li> <li>• تطبيق عملي. (بناء مخطط لتصميم دليل الهوية البصرية).</li> </ul>	

اسم المقرر	رمز المقرر
تسويق الفعاليات	سوق 1332
<ul style="list-style-type: none"> <li>تسويق الفعاليات (المفهوم والخصائص) وتاريخ ظهوره وتطوره وأهميته وأهدافه ووظائفه</li> <li>الفعاليات كوسيلة من وسائل الاتصال.</li> <li>إستراتيجية التسويق للمعارض والفعاليات (أنواع الفعاليات – خطوات تنظيم الفعاليات - الأهداف من الفعاليات ودراسة الجدوى من الفعالية).</li> <li>إستراتيجية التسويق للمعارض والفعاليات (المقومات الأساسية-العصف الذهني - المعايير التصميمية).</li> <li>التخطيط والإدارة للفعاليات (الهيكل التنظيمي – الخطة الزمنية)</li> <li>التخطيط والإدارة للفعاليات (الميزانية- جدول التنفيذ – إدارة الحشود)</li> <li>العملية التسويقية للفعاليات (المكونات والعناصر وإدارة المنصات الرقمية).</li> <li>دور التصميم والإعلان في تسويق الفعاليات (تطبيقات الهوية البصرية في الحملة الإعلانية).</li> <li>الحملة الإعلانية للفعاليات بين المتغيرات والخصائص</li> <li>تقييم الفعالية (طرق التقييم – الاستبيانات – تحليل النتائج – توثيق الفعالية).</li> <li>دراسة تطبيقية وعملية في تسويق الفعاليات</li> </ul>	

اسم المقرر	رمز المقرر
تكنولوجيا الاتصالات التسويقية	سوق 1333
<ul style="list-style-type: none"> <li>التسويق المؤثر Influencer Marketing</li> <li>تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال التسويقي Artificial Intelligence</li> <li>التسويق عبر الفيديو Video Marketing</li> <li>وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing</li> <li>تحليل الأعمال Business Analytics</li> <li>الاتصال العاطفي Emotional Communication</li> <li>التسويق باستخدام الجوال Mobile Marketing</li> <li>الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) في الاتصال التسويقي</li> <li>استخدام المدونات Blogs في الاتصال التسويقي</li> <li>تحسين محركات البحث SEO والبحث الصوتي Voice Search Optimization</li> <li>التسويق عبر المحادثات Chatbots</li> </ul>	

اسم المقرر	رمز المقرر
تخطيط حملات الاتصال التسويقي	سوق 1334
<ul style="list-style-type: none"> <li>مفاهيم وأسس تخطيط حملات الاتصال التسويقي والإعلاني</li> <li>مكونات خطة حملة الاتصال التسويقي ومصادرها ونماذجها.</li> <li>المستجدات الفنية ذات الصلة بالحملات التسويقية</li> <li>الخطوات الأولية السابقة لحملة الاتصال التسويقي الإعلاني: رؤية المستهلك للترويج، الأساليب التقليدية لاستخدام المزيج الترويجي، اكتساب المعلومات وتذكرها، سلوك المستهلك ونظرياته المفسرة له، وتوظيفه في تخطيط الحملات التسويقية والإعلانية، بحوث المستهلكين وكيفية توظيف نتائجها في بناء الحملة التسويقية والإعلانية</li> <li>إستراتيجية حملات الاتصال التسويقي والإعلاني، وعناصرها المؤثرة: معايير اختيار الإستراتيجية، القواعد العامة لبناء الإستراتيجية وتطويرها، عناصر ومكونات الإستراتيجية.</li> <li>ممارسات تطبيقية لخطوات إعداد الحملات التسويقية والإعلانية</li> <li>تقييم حملات الاتصال التسويقي والإعلاني.</li> </ul>	

المستوى العاشر	
اسم المقرر	رمز المقرر
تصميم المواقع الإلكترونية وإدارتها	سوق 1411
<ul style="list-style-type: none"> <li>مقدمة عن تصميم المواقع الإلكترونية: أسسها، عناصرها، متطلباتها</li> </ul>	

- المبادئ الأساسية للاستضافة وأسماء النطاقات وتركيب نظام ووردبريس
- أساسيات وواجهة نظام الـ Word press
- تحرير صفحات المواقع الإلكترونية باستخدام محرر Elementor
- تصميم الهيدر والفوتر والبودي والسايديبارز + تصميم السلايدز والفيديو في صفحة الهوم بيج
- الإضافات وأنواعها في ووردبريس (Plugins)
- اختيار وتركيب القوالب المجانية والمدفوعة (Themes)
- إدارة المواقع الإلكترونية
- إدارة مواقع التواصل الاجتماعي
- إدارة المحتوى التسويقي في الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي
- تحسين الظهور في محركات البحث SEO + تصميم الابلكيشن للموقع الإلكتروني
- تركيب إضافة النشرة التسويقية وطرق جذب الاشتراكات

اسم المقرر	رمز المقرر
------------	------------

تطبيقات الاتصال التسويقي	سوق 1412
--------------------------	----------

- مدخل إلى تطبيقات MC: تعريف تطبيقات MC وأهمية تحليلها، عوامل تطور تطبيقات MC، التطبيقات الاتصالية التسويقية (التقليدية والحديثة)
- تطبيقات MC في المجالات الحيوية: تطبيقات MC في المجال الاجتماعي، تطبيقات MC في المجال السياحي، تطبيقات MC في المجال الصحي
- تطبيقات MC في المجالات الحيوية: تطبيقات MC في المجال السياسي، تطبيقات MC في الرياضي
- تطبيقات MC في العلامات التجارية الدولية الكبرى: تطبيقات للرسائل التسويقية المتكاملة المخططة، تطبيقات للرسائل التسويقية المستنتجة
- تطبيقات في محتوى MC للعلامات التجارية المحلية: تطبيقات للرسائل التسويقية المتكاملة المخططة، تطبيقات للرسائل التسويقية المستنتجة
- تطبيقات MC في التعامل مع نقاط الالتقاء بالجمهور التي يُمكن التحكم بها: تطبيقات لعلامات تجارية دولية كبرى، تطبيقات لعلامات تجارية محلية كبرى
- نماذج لتطبيقات اتصالية تسويقية رقمية لشركة دولية: تطبيقات لاستخدامات social media، تطبيقات لتحسين محركات البحث (Search Engine Optimization) SEO، تطبيقات لاستخدام الويب والإيميل والخرائط (Web, email and maps)
- نماذج لتطبيقات اتصالية تسويقية رقمية لشركة محلية كبرى: تطبيقات لاستخدامات social media، تطبيقات لتحسين محركات البحث (Search Engine Optimization) SEO، تطبيقات لاستخدام الويب والإيميل والخرائط (Web, email and maps)
- نماذج لتطبيقات اتصالية تسويقية رقمية لشركة ناشئة: تطبيقات لاستخدامات social media، تطبيقات لتحسين محركات البحث (Search Engine Optimization) SEO، تطبيقات لاستخدام الويب والإيميل والخرائط (Web, email and maps)

اسم المقرر	رمز المقرر
------------	------------

الاتصال التسويقي الدولي	سوق 1413
-------------------------	----------

- مقدمة في التسويق الدولي: مفهوم التسويق الدولي وتطور أنشطته، وظائف التسويق الدولي وأهدافه، التسويق الدولي والتسويق المحلي، المزيج التسويقي الدولي
- بيئة التسويق الدولية والدخول للأسواق الدولية: مفهوم بيئة التسويق الدولية وعناصرها، (البيئة الثقافية، الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، التكنولوجية، القانونية)، المنظمات الدولية: منظمة التجارة الدولية، أهداف الدخول للأسواق الدولية وعوائقها، طرق وأساليب الدخول للأسواق الدولية
- بحوث الاتصال التسويقي الدولية: دراسة الأسواق الدولية، بحوث المنافسين الدولية، بحوث المزيج التسويقي الدولي ومزيج الاتصال التسويقي الدولي، توظيف بحوث المستهلكين الدوليين في تخطيط الاتصال التسويقي الدولي
- المزيج التسويقي الدولي: المنتجات الدولية، تسعير المنتجات الدولية، المنافذ التسويقية الدولية، الاتصال التسويقي الدولي
- مزيج الاتصال التسويقي الدولي (الأنشطة الاتصالية): عوامل جودة مزيج الاتصالات التسويقية الدولية، معايير اختيار المزيج الاتصال التسويقي الدولي، أنشطة الاتصال التسويقي الدولي
- الإعلان الدولي: وكالات الإعلان الدولية، شركات الاتصال التسويقي الدولي

<ul style="list-style-type: none"> <li>• استثمار أنشطة المبيعات في خطة الاتصال التسويقي الدولي: البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، خدمات ما بعد البيع الدولية</li> <li>• المعارض التجارية الدولية، الرعاية التسويقية الدولية، العلاقات العامة الدولية</li> <li>• الاتصال التسويقي الرقمي الدولي، الاتصال التسويقي الدولي والتجارة الإلكترونية</li> <li>• قياس نتائج الاتصال التسويقي الدولي</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
إدارة المشاريع الاتصالية	سوق 1414
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف المشاريع الاتصالية وخصائصها</li> <li>• تخطيط وتنظيم المشروع الاتصالي (وضع رسالة ورؤية وأهداف للمشروع وكتابة ميثاقه).</li> <li>• دورة حياة المشروع الاتصالي وجدولته.</li> <li>• مجموعات إجراءات إدارة مشاريع نظم المعلومات ومجالات المعرفة</li> <li>• إدارة تكامل المشروع + إدارة نطاق المشروع</li> <li>• إدارة وقت المشروع + إدارة تكلفة المشروع</li> <li>• إدارة جودة المشروع + إدارة الموارد البشرية المشروع</li> <li>• إدارة اتصالات المشروع + إدارة مخاطر المشروع</li> <li>• إدارة مشتريات المشروع + إدارة أصحاب المصلحة</li> <li>• إدارة مشروع نظام معلومات باستخدام برنامج Microsoft Project.</li> <li>• التعرف بأهم الشهادات الاحترافية في مجال إدارة المشاريع</li> </ul>	

المستوى الحادي عشر	
اسم المقرر	رمز المقرر
مشروع التخرج	سوق 1429
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحديد الجهة الخاصة بالمشروع</li> <li>• تحليل ووصف واقع الاتصال التسويقي فيها من خلال عشرة محاور رئيسية: معلومات عامة حول المنظمة، تشمل (اسمها ومجالها وعمرها ومنتجاتها وحجمها وعدد فروعها وعلامتها التجارية ومستوى الاهتمام بالبيانات والشرائح الرئيسية التي تقدم المنتجات لها (الجمهور المستهدف).. الخ)، موقع الاتصال التسويقي على الهيكل التنظيمي، أنشطة الاتصال التسويقي، ووسائل كل نشاط، (الإعلان + العلاقات العامة + برامج تنشيط المبيعات + البيع الشخصي + التسويق الإلكتروني + المعارض + الرعاية .. الخ)، عدد المختصين في الاتصال التسويقي ومهاراتهم، مستوى التكامل الاتصالي التسويقي لاتصالات المنظمة</li> <li>• مستوى الأفكار الإعلانية والإبداع في الرسائل الاتصالية التسويقية</li> <li>• مستوى التصميم المرئي والمطبوع للرسائل الاتصالية التسويقية</li> <li>• مستوى جودة محتوى الرسائل الاتصالية التسويقية (الاستمالات المداخل)</li> <li>• جوهر العلامة التجارية (الوعد الذي تقدمه في كافة أنشطتها، المعنى الذي يمثله اسمها ورمزها وهويتها)</li> <li>• تقدير الموازنة الاتصالية التسويقية بناء على المعطيات التي ظهرت في النقاط السابقة</li> <li>• خطة تطوير عملية للاتصال التسويقي في هذه الجهة بناء على ما قدمه في وصف الواقع وتحليله، أي تشمل العناصر السابقة.</li> <li>• عرض المشروع في حلقة نقاش بين المجموعات</li> <li>• تقديم النسخة النهائية من وثيقة المشروع</li> <li>• العرض والتقديم والمناقشة</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
القياس التسويقي	سوق 1421
<ul style="list-style-type: none"> <li>• القياس التسويقي: المفهوم، والأهمية، الأهداف، دوره في العملية الاتصالية.</li> <li>• قياس حجم الطلب والحصة السوقية: الطرق والأساليب.</li> <li>• قياس سلوك المستهلك: الطرق والأساليب.</li> <li>• قياس فعالية الإعلان: المفهوم، الأهداف، الطرق والأساليب.</li> </ul>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>• قياس فعالية تنشيط المبيعات: المفهوم، الأهداف، الطرق والأساليب.</li> <li>• قياس فعالية العلاقات العامة: المفهوم، الأهداف، الطرق والأساليب.</li> <li>• قياس فعالية رجال البيع: المفهوم، الأهداف، الطرق والأساليب.</li> <li>• نماذج تطبيقية في القياس: بطاقة الأداء المتوازن واستخداماتها الاتصالية.</li> <li>• نماذج تطبيقية في القياس: نموذج فعالية الخدمة سيرفكوال Servqual واستخداماته الاتصالية.</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
بحوث الاتصال التسويقي والاعلان	سوق 1422
<ul style="list-style-type: none"> <li>• البحث في الاتصال التسويقي والإعلاني: مفهوم، وأهميته.</li> <li>• علاقة بحوث الاتصال التسويقي والإعلاني باتخاذ القرارات التسويقية.</li> <li>• مفهوم بحوث الاتصال التسويقي، والإعلاني، ومجالاته، وأهدافه.</li> <li>• أنواع بحوث الاتصال التسويقي والإعلاني وتطبيقاته في العملية التسويقية.</li> <li>• خطوات الإعداد لبحوث الاتصال التسويقي والإعلاني.</li> <li>• خطة البحث التسويقي والإعلاني وعناصره.</li> <li>• مصادر البيانات وعلاقتها بنظام المعلومات التسويقية</li> <li>• أسلوب المعايينة: مجتمع الدراسة وأنواع العينات وطرق اختيارها.</li> <li>• طرق جمع البيانات، وترميزها، وتحليلها، وتفسيرها.</li> <li>• تطبيق عملي لبناء خطة بحثية في مجال الاتصال التسويقي والإعلاني</li> </ul>	

المستوى الثاني عشر	
اسم المقرر	رمز المقرر
تدريب تعاوني	سوق 1439
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عضو هيئة التدريس: المتابعة للطالب ومناقشته في خطوات التدريب بشكل مستمر طوال فترة التدريب للتأكد من مدى التزامه بكل تفاصيل العملية التدريبية والاستفادة منها ثم الاطلاع على التقارير الأسبوعية وعمل زيارات لمكان التدريب ثم ملاً نموذج تقييم الطالب في نهاية فترة التدريب ومناقشته</li> <li>• المشرف الميداني: التنسيق والتعاون مع المشرف الأكاديمي لتحديد الخطة التدريبية للطالب بما يتوافق مع أهداف التدريب وإمكانيات جهة التدريب في حال لم يكن لدى الشركة برنامج تدريب محدد</li> </ul>	

متطلبات اختياري تخصص	
اسم المقرر	رمز المقرر
فن الإلقاء	ذاع 1211
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف اللغة والإعلام وأهمية اللغة للإعلام.</li> <li>• تعريف الصوت وإنتاج الكلام وعلاقته بالإلقاء.</li> <li>• اللغة اللفظية إنتاج الكلام.</li> <li>• أنواع الأصوات.</li> <li>• مخارج الحروف والنطق الصحيح وعيوب الكلام.</li> <li>• أساليب التنوع اللغوي (موسيقى الكلام).</li> <li>• التدريب على تقطيع النصوص.</li> <li>• اللغة غير اللفظية (لغة الجسد).</li> <li>• أعضاء الجسم ومدلولاتها في السياق اللفظي.</li> <li>• أساليب التقديم والإلقاء الفعال.</li> <li>• الصفات والمهارات الواجب توفرها للإلقاء الجيد.</li> <li>• مهمات المقدم الإذاعي والتلفزيوني، التدريب على التقنيات الحديثة اللازمة والخلفيات الصوتية</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر

المونتاج الإذاعي والتلفزيوني	ذاع 1232
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل إلى المقرر: المونتاج في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني (المفهوم - الوظيفة - الأهمية).</li> <li>• دراسة الأساليب الفنية للرواد في مجال المونتاج: المدرسة الأمريكية (رواها وأساليبها)، المدرسة السوفيتية (رواها وأساليبها)، المدرسة الفرنسية (رواها وأساليبها).</li> <li>• مبادئ المونتاج: مونتاج الصورة والاستمرارية، مونتاج الصورة وسرعة الإيقاع، مونتاج الصوت والوضوح.</li> <li>• القواعد الأساسية للمونتاج: أسس بنية القطة والمشهد مونتاجياً، اختيار اللقطات، الترتيب اللقطات والمشاهد.</li> <li>• دراسة لاستخدام أحد برامج التصميم الحاسوبية في المونتاج الإذاعي اللاخطي: دراسة واجهة البرنامج وأدواته، ضبط إعداد البرنامج في استدعاء وإخراج الملفات، تحرير ملفات الفيديو وإضافة المؤثرات.</li> <li>• دراسة لاستخدام أحد برامج التصميم الحاسوبية في المونتاج التلفزيوني اللاخطي: دراسة واجهة البرنامج وأدواته. ضبط إعداد البرنامج في استدعاء وإخراج الملفات، تحرير ملفات الصوت وإضافة المؤثرات.</li> <li>• عناصر التتابع والانتقال: اتجاه النظر - الحركة. حجم اللقطات - زوايا التصوير. دراسة عناصر القطة من (الإضاءة واللون- الديكور- الصوت المضمن- المعنى- الوضع).</li> <li>• وسائل الانتقال: القطع - الظهور والاختفاء التدريجي - المزج - المسح، وغيرها. الانتقال الدرامي، والانتقال الصوتي، والانتقال أثناء التصوير. التوقيت والإيقاع.</li> <li>• تطبيقات عملية لنماذج لبرامج وأعمال إذاعية باستخدام أحد برامج الحاسوبية لمونتاج الصوت والفيديو: (النص، المقابلة، الربوراج، الإعلان). استعمال المؤثرات الصوتية. المكساج الإذاعي.</li> <li>• تطبيقات عملية لنماذج لبرامج وأعمال تلفزيونية باستخدام أحد برامج الحاسوبية لمونتاج الفيديو: مونتاج تقرير إخباري. مونتاج فيلم وثائقي. مونتاج إعلان تلفزيوني.</li> <li>• المونتاج اللاخطي في الاستوديوهات الإذاعية والتلفزيونية للبت المباشر: أساليب المونتاج اللاخطي في الاستديو الإذاعي والتلفزيوني. الأجهزة والتقنيات المستخدمة في المونتاج اللاخطي. أنظمة البث المباشر للبرامج.</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
تصميم المؤثرات السمعية والبصرية	سما 1332
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف بالمادة. ما هي المؤثرات البصرية والسمعية؟</li> <li>• مبادئ التصوير الفوتوغرافي. الخدع البصرية المنظور القسري (Forced perspective: theory): النظرية. مشروع 1.</li> <li>• After Effects افتر افيكس، مقدمة إلى الواجهة. اساسيات الرسوم المتحركة.</li> <li>• الأدوات الأساسية 'Basic tools ،Rear Projection ،Stop Motion Animation ، مشروع ٢</li> <li>• الرسوم المتحركة المتقدمة 'Advanced Animation ،Anchor point ،Keyframes ،Motion Sketch</li> <li>• المؤثرات الخاصة في مقابل المؤثرات البصرية 'Special Visual Effects vs ، تصميم الجموع في المعارك، Stunts ، انفجار ، مياه ، حرائق ، مشروع ٣</li> <li>• شفافية 'Transparency ،Masks اقنعة، the Pen tool اداة القلم.</li> <li>• تخطيط المؤثرات البصرية 'Planning a visual effect ،storyboards ،planning workflows</li> <li>• ادوات حديثة 'Modern tools ،Models ،Miniatures ،Green Screen ،Motion Control</li> <li>• More on transparency ،control Time &amp; Layer ، مونتاج افتر افيكس</li> <li>• تقنيات الصوت للأفلام برو تولز 'ProTools Interface ، تعديل ومزج الصوتيات</li> <li>• أدوات برو تولز استيراد الصوت، الميكروفونات الأساسية وأجهزة التسجيل، تقنيات فولي، مونتاج الصوت، تسجيل الصوت.</li> <li>• تطبيق عملي: بناء مشاهد صوتي بدون صورة.</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
التفكير الابداعي	ذاع 2422
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعريف التفكير الإبداعي ومساراته</li> <li>• الفروق بين آليات التفكير المتعددة</li> <li>• مكونات الإبداع</li> <li>• الإبداع في بيئة العمل الإعلامي المسموع والمرئي</li> <li>• سيكولوجية الإبداع وسمات الشخصية الإبداعية</li> <li>• مراحل تكوين وتطوير الفكرة الإبداعية</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ربط الجهود الإبداعية باحتياجات العمل</li> <li>• تطبيقات على أنواع التفكير الإبداعي (الطلاقة، المرونة، الأصالة، حل المشكلات، إدراك التفاصيل)</li> <li>• تقييم الأفكار الإبداعية</li> <li>• الحقوق الفكرية للعمل الإبداعي</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
كتابة السيناريو	سما 1132
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل مفاهيمي: الفيلم، السيناريو</li> <li>• الموضوع والفكرة: ماهيتها، أنواعها، مصادرها، وكتابة ملخصها..</li> <li>• السنوبسيس "Synopsis"</li> <li>• الشخصيات: خلقها وبنائها وأنواعها وتفاعلاتها</li> <li>• عناصر البناء الفيلمي: الدافع Motivation، الصراع Conflict، نقاط الحبكة Plot points، نقاط التحول Plot key points</li> <li>• البناء الفيلمي: الفصول الثلاثة: التمهيد Setup، التحديات والعقبات Defiance، الحل Solution</li> <li>• وحدات البناء وكتابة المعالجة السينمائية: المشهد Scene، المتتالية Sequence، كتابة المعالجة السينمائية</li> <li>• الحوار</li> <li>• شكل السيناريو</li> <li>• بناء السيناريو وكتابه</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
انتاج الرسوم المتحركة	سما 1323
<ul style="list-style-type: none"> <li>• لماذا الرسوم المتحركة</li> <li>• أسس تصميم الحركة البصرية للأشكال الكرتونية.</li> <li>• قوانين الحركة لنيوتن والظواهر الطبيعية للأشكال.</li> <li>• الرسم باليد ثم تحويله لبرامج التحريك</li> <li>• تحريك الأشكال الهندسية من مكان إلى آخر.</li> <li>• التحويل من شكل إلى شكل في نفس المكان</li> <li>• تجارب لونية للأشكال المتحركة.</li> <li>• حركة المشي المختلفة.</li> <li>• أهمية اللون في البعد الدرامي للرسوم المتحركة.</li> <li>• برامج الحاسب المساعدة في عملية التحريك (photo shop- Illustrator-flash- Premiere)</li> <li>• رسم جميع اللقطات لجميع المشاهد بشكل تفصيلي (Storyboard)</li> <li>• مشروع تطبيقي جماعي في المحاضرة ١: إنتاج مشهد واحد مدته لا تزيد عن ١٢٠ ثانية أثناء المحاضرة، المطلوب خلال هذه المحاضرة تنفيذ مرحلة ما قبل الإنتاج.</li> <li>• مشروع تطبيقي جماعي في المحاضرة ٢: إنتاج مشهد واحد مدته لا تزيد عن ١٢٠ ثانية أثناء المحاضرة، المطلوب خلال هذه المحاضرة تنفيذ مرحلة الإنتاج.</li> <li>• مشروع تطبيقي جماعي في المحاضرة ٣: إنتاج مشهد واحد مدته لا تزيد عن ١٢٠ ثانية أثناء المحاضرة، المطلوب خلال هذه المحاضرة تنفيذ مرحلة ما بعد الإنتاج</li> </ul>	

متطلبات اختياري كلية	
اسم المقرر	رمز المقرر
المدخل الاجتماعي والنفسي للإعلام	علم 2104
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مقدمة في المفاهيم النفسية والاجتماعية</li> <li>• نشأة ومراحل تطور علم النفس والاجتماع الإعلامي</li> <li>• الوعي والأدراك</li> <li>• السلوك والدوافع</li> <li>• مبادئ التأثير</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام</li> <li>• الهويات الاجتماعية</li> <li>• الرأي العام والاتجاهات النفسية</li> <li>• الصورة الذهنية والصورة النمطية</li> </ul>
اسم المقرر	رمز المقرر
مادة إعلامية باللغة الانجليزية	علم 2105
<ul style="list-style-type: none"> <li>• What is mass communication?</li> <li>• Communication defined, mass communication defined, scope and nature of mass media.</li> <li>• Types of mass communication</li> <li>• Attributes and elements of mass communication</li> <li>• Importance and functions of mass communication</li> <li>• Prominent theorists in the field of mass communication</li> <li>• Mass communication models</li> <li>• Main mass media theories</li> <li>• Key concepts in the field of mass communication</li> <li>• Key concepts in the field of mass media</li> <li>• Social media websites</li> <li>• Mass media effects</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
مدخل العلوم السياسية	علم 2106
<ul style="list-style-type: none"> <li>• علم السياسة: مفهومه وماهيته ومناهجه</li> <li>• العلاقة بين السياسة والاعلام وحدود الأدوار الوظيفية لكل طرف</li> <li>• الفكر السياسي في العصور القديمة الوسطى.</li> <li>• الفكر السياسي الحديث.</li> <li>• المملكة العربية السعودية: الثقل السياسي العالمي.</li> <li>• الأنظمة السياسية حول العالم.</li> <li>• أساليب الممارسة السياسية والعوامل المؤثرة فيها.</li> <li>• الاتجاهات الحديثة في دراسة الواقع السياسي للدول.</li> <li>• السياسة الخارجية للدول والعوامل التي تتحكم فيها.</li> <li>• نظم إدارة الدولة - الدولة المركزية - الدولة غير المركزية - الدولة الفدرالية - الدولة الكنفدرالية</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
التاريخ الحديث والمعاصر	علم 2107
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عصر النهضة الأوروبية: (ماهيته، أسباب قيامه، مظاهر النهضة الأوروبية)</li> <li>• الثورة الفرنسية: (أسبابها، نتائجها)</li> <li>• أوروبا قبيل الحرب العالمية الأولى</li> <li>• الحرب العالمية الأولى (أسبابها، نتائجها)</li> <li>• الاعلام والدعاية خلال الحرب العالمية الأولى</li> <li>• الحرب العالمية الثانية (أسبابها، نتائجها)</li> <li>• الاعلام والدعاية خلال الحرب العالمية الثانية</li> <li>• التاريخ السياسي للولايات المتحدة الأمريكية</li> <li>• الحرب الباردة (أسبابها، نتائجها)</li> <li>• الاعلام والدعاية خلال الحرب الباردة</li> <li>• حرب الخليج (أسبابها، نتائجها)</li> <li>• الاعلام والدعاية خلال حرب الخليج</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
الجغرافيا السياسية	علم 2205

<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفهوم الجغرافيا السياسية ومناهجها مع التطبيق على المملكة العربية السعودية</li> <li>• مفهوم الدولة ومراحل ظهورها على خارطة السياسية</li> <li>• التناول الإعلامي لقوة الدولة (المفهوم والمقومات)</li> <li>• مساحة الدولة وتأثيرها على قوتها من الناحيتين العسكرية والاقتصادية في وسائل الاعلام</li> <li>• شكل الدولة وحدودها في وسائل الاعلام</li> <li>• التناول الإعلامي للمقومات البشرية للدولة</li> <li>• التناول الإعلامي للمقومات الطبيعية للدولة</li> <li>• أهم التكتلات السياسية في العالم، مع التركيز على مجلس التعاون لدول الخليج العربية وتأثيرها بالإعلام</li> <li>• المياه الإقليمية والتجسيد الاعلامي</li> <li>• النظريات الجيوستراتيجية (نظرية القوة البرية) والظهور الاعلامي</li> <li>• النظريات الجيوستراتيجية (نظرية القوة البحرية والجوية) والظهور الاعلامي</li> <li>• نظريات الاستراتيجية (نظرية التوازن النووي) والظهور الاعلامي</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
الترجمة الاعلامية	علم 2206
<ul style="list-style-type: none"> <li>• أنواع الترجمة وتعريف الترجمة الإعلامية، وأهميتها، والمبادئ الأساسية التي تقوم عليها، والشروط التي يجب أن تتوافر في المترجم، والصعوبات التي تعترض عملية الترجمة، والخطوات المتبعة في عملية الترجمة.</li> <li>• استعراض لأهم الكلمات والمصطلحات الصعبة الشائعة والتي يتغير معناها من سياق إلى سياق</li> <li>• مصطلحات وكالات الأنباء العربية والعالمية وأهم المنظمات والمؤسسات العالمية والوكالات المتخصصة للأمم المتحدة وغيرها وتقديمها باللغة الإنجليزية والعربية.</li> <li>• استخدام الأكرونييمات وهو كل لفظ مركب من أوائل حروف مجموعة من الكلمات من باب اختصارها</li> <li>• Acronyms and Abbreviations وعرض لأهم هذه الأكرونييمات المستخدمة للهيئات والمنظمات الدولية وغيرها.</li> <li>• تقديم معجم بأهم وأكثر المصطلحات الاقتصادية والسياسية والعسكرية شيوعاً في وسائل الإعلام كافة.</li> <li>• نماذج لترجمة مجموعة من الأخبار السياسية من اللغة الإنجليزية إلى العربية والعكس.</li> <li>• نماذج لترجمة مجموعة من الأخبار الاقتصادية من اللغة الإنجليزية إلى العربية والعكس.</li> <li>• نماذج لترجمة مجموعة من الأخبار العسكرية من اللغة الإنجليزية إلى العربية والعكس.</li> <li>• نماذج لترجمة مجموعة من الأخبار الاجتماعية وأخبار الاهتمامات الإنسانية من اللغة الإنجليزية إلى العربية والعكس.</li> <li>• نماذج لترجمة مجموعة من الأخبار العلمية والأخبار الرياضية من اللغة الإنجليزية إلى العربية والعكس.</li> <li>• نماذج لترجمة تقارير ومقالات صحفية متنوعة.</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
الاعلام وقضايا المجتمع	علم 2207
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدخل إلى المقرر: الإعلام وقضايا المجتمع</li> <li>• نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (العلاقة بين الوسائل والجمهور والنظم الاجتماعية)</li> <li>• تأثير وسائل الإعلام في تحديد الأولويات</li> <li>• أنواع التأثيرات الإعلامية في المجتمع (المعرفية، الوجدانية، المعنوية، السلوكية)</li> <li>• وسائل الإعلام والقضايا المجتمعية المستمرة</li> <li>• وسائل الإعلام والقضايا الطارئة والمستجدة والمؤقتة</li> <li>• وسائل الاتصال والتواصل الحديثة وقضايا المجتمع</li> </ul>	
اسم المقرر	رمز المقرر
المنظمات الدولية والقانون الدولي	علم 2208
<ul style="list-style-type: none"> <li>• النظرية العامة لقانون المنظمات الدولية (مفهومها - مبادئها - أهدافها).</li> <li>• التعريف بالقانون الدولي العام.</li> <li>• تصنيف المنظمات الدولية على أساس الاغراض والصلاحيات والنطاق الجغرافي.</li> <li>• مصادر القانون الدولي العام (المعاهدات الدولية، العرف الدولي، المصادر الأخرى).</li> </ul>	

- دور وسائل الاعلام في معالجة أبرز القضايا الدولية المعاصرة
- هيكل المنظمة الدولية والاجهزة الرئيسية (التشكيل -الاختصاصات -نظام سير العمل -الأجهزة الثانوية والمساعدة).
- الشخصية القانونية الرسمية للمنظمات الدولية (تعريفها -الأساس القانوني لمنحها -طبيعتها القانونية -ملامحها - الآثار المترتبة عليها).
- الحصانات والامتيازات المقررة لصالح المنظمات الدولية.
- المسؤولية القانونية والدولية للمنظمات الدولية (الاعتراف بها -أساسها القانوني -شروط انعقادها -الآثار التي تترتب عليها).
- الموظف الدولي (تعريفه -تعيينه - واجباته -حقوقه -ضماناته)
- الاعمال القانونية الصادرة عن المنظمات الدولية (أنواعها -القيود الواردة عليها -الآثار المترتبة عليها).
- التطبيقات العملية للنظرية العامة لقانون المنظمات الدولية (الامم المتحدة وأجهزتها المختلفة)
- مجلس التعاون الخليجي.
- جامعة الدول العربية.
- الاتحاد الأوروبي.
- الاتحاد الأفريقي.

## 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 صميلي	سعودي	أستاذ مساعد - رئيس القسم	Hmsomili@imamu.edu.sa
٢	اياذ نسور	أردني	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	laabelwahab@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

