



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال
قسم الاتصال التسويقي والإعلان

الخطة الدراسية لبرنامج البكالوريوس

في قسم الاتصال التسويقي والإعلان



١- المؤسسة : جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	تاريخ التقرير: ١٤٣٦/٠٢/١٢
٢- الكلية/ الإعلام والاتصال	القسم: العلاقات العامة
٣- العميد: الأستاذ الدكتور/عبدالله بن محمد الرفاعي	
٤- مخطط الهيكل الإداري للبرنامج	
<pre>graph TD; Dean[عميد الكلية] --> Head[رئيس القسم]; Dean --> CollegeCouncil[مجلس الكلية]; Head --> Sec[أمانة القسم]; Head --> DeptCouncil[مجلس القسم]; Sec --> Faculty[أعضاء هيئة التدريس]</pre>	
٥- الفروع أو المواقع التي تقدم هذا البرنامج: الفرع/ الموقع الأول مبنى كلية الإعلام والاتصال بالمدينة الجامعية.	
أ. التعريف بالبرنامج ومعلومات عامة عنه:	
١- اسم البرنامج ورمز: الاتصال التسويقي والإعلان - سوق (٠٨٢٤)	
٢- إجمالي عدد الساعات المعتمدة المطلوبة لإتمام البرنامج : ١٢٦ ساعة.	
٣- الدرجة الممنوحة عند إتمام البرنامج: البكالوريوس.	
٤- المسارات الرئيسية أو التخصصات التي يشملها البرنامج: درجة البكالوريوس في الاتصال التسويقي والإعلان	
٥- نقاط المخارج التي تتوسط البرنامج والدرجات الممنوحة: لا توجد:	
٦- الوظائف المهني :	
معيد . محاضر . باحث في مجال التسويق موظف خدمات العملاء موظف وكالة دعاية وإعلان مدير العلاقات التجارية موظف التسويق الدولي مطور المنتجات/موظف مبيعات	



٧- (أ) برنامج جديد التاريخ المعتمد للبدء

(ب) برنامج قائم السنة التي تمت بها أحدث مراجعة أساسية للبرنامج

- الجهة المسؤولة عن إجراء آخر مراجعة أساسية :
- اصة بالاعتماد:
- نفذ مراجعة الاعتماد:
- آخرون:

٨- منسق البرنامج أو رئيس القسم: الدكتور/ عبد الله الحقييل – رئيس القسم

٩- تاريخ الاعتماد من جهة مرخصة:

مقر الموقع الرئيسي والفرع	معتمد من	التاريخ
الموقع الرئيس:		

ب. بيئة البرنامج.

١-وضح الغرض من تدريس هذا البرنامج.

- تحويل قسم الإعلام إلى كلية للإعلام والاتصال وتحويل شعبة الاتصال التسويقي والإعلان إلى قسم أوجد حاجة ملحة لتطوير البرنامج ووضع معايير ورؤى جديدة تتناسب مع طبيعة هذا التطور والتحول.
 - إن المؤسسات والجامعات العالمية والإقليمية تتجه اليوم إلي تطوير التعليم ووضع برامج متميزة حتى تحصل على منتج علمي متميز علمياً ومهاريّاً يكون عنصراً أساسياً في عملية تنمية المجتمعات، ولا شك أن برنامج تطوير مهنة العلاقات العامة من الأشياء المهمة لخدمة المجتمع.
 - التغيرات المهمة التي طرأت على سوق العمل في السنوات القليلة الماضية مما يتطلب تحديث البرنامج وفق احتياجات سوق العمل وتطلعاته من خريجي أقسام الإعلام في الجامعات.
 - أفرزت صناعة الإعلام والإعلان والتسويق تنوعاً جديداً على مستوى الوسائل والمحتوى، إضافة إلى التطورات التي شهدتها دراسة وتحليل نظريات الإعلان والاتصال الإنساني.
 - يجب أن تواكب عملية إعداد الطلاب وتأهيلهم روح العصر من الناحية العلمية والمهنية ، وهذا يستلزم من القائمين على الاتصال التسويقي والإعلان إعداد برنامج علمي يقوم على مبادئ وأسس علمية ومنهجية متميزة. أخذاً في الحسبان كافة المتغيرات المحيطة سواء بالطلاب أو المؤسسة التعليمية، أو بعضو هيئة التدريس، أو بسوق ومتطلبات العمل.
- اسباب تلك الحاجة :

- المراجعة التقويمية للبرنامج الحالي دعت إلى ضرورة التطوير وقد تضمنت القيام بعقد عدة ورش عمل للتعرف على المتطلبات اللازمة لتطوير قسم الإعلان والاتصال التسويقي ورشة عمل خاصة بأعضاء هيئة التدريس بقسم الإعلان والاتصال التسويقي بكلية الإعلام والاتصال.



- ورشة عمل خاصة بطلاب قسم الإعلام واستطلاع آرائهم.
- ورشة عمل خاصة بالمهنيين والخبراء.
- ورشة عمل خاصة بأولياء بعض الطلاب.
- ورشة عمل خاصة بمؤسسات سوق العمل.
- الاستفادة من التجارب العالمية المناظرة للبرنامج.

ب. وضع علاقة البرنامج برسالة المؤسسة وأهدافها

يلبي البرنامج رسالة الجامعة التي تقوم على رعاية المعرفة و الإبداع و القيم الأخلاقية للطلاب و ليتمكنوا من تنمية المهارات القيادية و ليكونوا قادرين على خدمة الوطن، من خلال توفير نشاطات في البحث العلمي، و في ضوء التعاليم و القيم الإسلامية، و تقوم الجامعة على إحداث التكامل بين الالتزاهل المساهمة في بناء مجتمع العلم و المعرفة.

في ظل التطور الكمي النوعي الذي تشهده كثير من المجالات في المملكة العربية السعودية وما واكب إلى متخصصين في الاتصال التسويقي والإعلان في العالم بشكل عام والعالم العربي بوجه خاص، ومنها جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية _ في سّد هذا العجز، والمشاركة في تنمية البلاد متطلبات التقنية الحديثة وتلبية الحاجات التنموية الحقيقية.

وتشير الإحصاءات والتجارب إلى حاجة سوق العمل إلى مؤهلين في مهارات التسويق والإعلان إلى مؤسسة إعلامية من الحاجة لمتخصصين في الاتصال التسويقي والإعلان. ويفترض أن يسهم هذا القسم العالي وسوق العمل، وهذا القسم يمثل جهداً جاداً من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تخر العمل استيعابهم بكل يسر وسهولة

يعد البرنامج امتداداً طبيعياً لرسالة كلية الإعلام، حيث قربت التقنية الحديثة ما بين وسائل الإعلام و التكامل "integration" وبالتالي أصبحت الممارسة الإعلامية مرتبطة بالقدرة

على إجادة تقنيات الحاسوب والاتصال بحيث أصبح الاتصال التسويقي والإعلان مرتكزاً رئيساً فيها للمخرجات وهو أيضاً داعم قوي لبقية أقسام الإعلام ، والعلاقات العامة والصحافة والنشر الإلكتروني الحاسب الآلي ومهارات التصميم والإخراج للإعلان بأشكاله وأنواعه المختلفة أحد أركانها الرئيس وتطوير قسم الاتصال التسويقي والإعلان تدريجياً نوعياً وأكثر تخصصية واحترافاً.

ليس هذا فحسب بل إن مهنة الإعلام تقوم في الأساس على مهنة الإعلان والتسويق وكيفية صناعته و سوق العمل من الممارسين والفنيين في مجال الاتصال التسويقي والإعلان.

وبالتالي فالقسم مرتبط ارتباطاً أساسياً بتخصص الإعلام ومرتبطة برسالة الكلية ، ولرسالة جامعة الإمام

رؤية القسم :

أن يحتل قسم الاتصال التسويقي والإعلان ، بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود المناظرة في المملكة والعالم.

رسالة القسم :

التأهيل الأكاديمي والمهني المميز للكفاءات المتخصصة في الاتصال التسويقي والإعلان بمختلف مجا



٢- علاقة البرنامج بالبرامج الأخرى التي تقدمها المؤسسة أو الكلية أو القسم (إن وجدت)

أ- هل يقدم هذا البرنامج مقررات تُعد متطلبات للطلبة في برامج أخرى؟ نعم ☐ لا ☐

إذا كان الجواب بنعم، فما الاجراءات التي أتخذت لضمان تلبية هذه المقررات لاحتياجات الطلبة في البرامج الأخرى؟

يتكامل البرنامج مع غيره من البرامج ذات العلاقة، حيث يؤهل الخريجين للعمل المهني الإيع دراساتهم العليا في تخصصات الصحافة والنشر الإلكتروني والإذاعة والتلفزيون والعلاقات عمل أيضا، على تطوير برنامج الدراسات العليا، وفق آلية تكاملية مع هذا البرنامج، بحيث المطور في القسم مراحل (الدبلوم العام في الإعلام) و(الماجستير) و(الدكتوراه)

من أمثلة العلاقة :

- مشاركته أعضاء هيئة التدريس بالقسم مع الأقسام الأخرى في تدريس بعض المقررات .
- كما يقدم هذا البرنامج مقررات دراسية يأخذها طلاب في برامج أخرى حسب ما يتطلب التخصص.

و - الاحتياجات والخصائص الواجب مراعاتها :

- يقبل البرنامج الحاصلين على شهادة الثانوية العامة القسم الأدبي أو العلمي أو ما يعادلها، وفق في فترات القبول للدراسة الجامعية في الجامعة.
- اجتياز الفصل التحضيري

ب- هل من متطلبات البرنامج مقررات تقدمها أقسام أخرى؟ نعم ☐ لا ☐

إذا كان الجواب بنعم، فما الاجراءات التي أتخذت لضمان تلبية تلك المقررات التابعة للأقسام الأخرى لاحتياجات طلبة هذا البرنامج؟

الأعمال التي ينبغي القيام بها لتلبية تلك الاحتياجات والخصائص :
تأهيل الملحقين بالبرنامج بالمعارف والمهارات العامة في الإعلام والاتصال التسويقي بمستوى البكالوريوس، وهو الأمر الذي تجيب عنه الخطة الدراسية للبرنامج الواردة في هذا الملف.

٣- هل يمكن للطلبة ذوي الاحتياجات الخاصة أو الذين لديهم بعض الظروف الخاصة أن يلتحقوا بالبرنامج؟ (على سبيل المثال: التحاق الطلاب بالفترة المسائية لانشغالهم بالعمل صباحاً، أو طلاب يعانون من إعاقات جسدية أو صعوبات تعلم أو أن إجادتهم للمهارات الحاسوبية أو اللغوية ضعيفة)

نعم ☐ لا ☐



٤- ما التعديلات التي تجرى أو الخدمات التي تقدم استجابة لمتطلبات المتقدمين ذوي الاحتياجات الخاصة؟

ج. الرسالة والأهداف والغايات.

١- عبر عن رسالة البرنامج

إعداد الكفاءات الإعلامية المؤهلة علمياً وعملياً بالقدر الذي يتناسب مع المخرجات المتوقعة من مرحلة البكالوريوس في الإعلان والاتصال التسويقي .

كما ستتحقق رؤية ورسالة القسم عن طريق الأهداف التالية:

أ- تقديم برنامج علمي متكامل في تخصص الاتصال والنشر الإلكتروني ، و توظيف وسائل التقنية الحديثة في مجال التعليم، وتدريب منسوبي القسم والدارسين فيه على أفضل وسائل التعليم ليتمكنوا من مواصلة دراساتهم الجامعية والعليا بتميز، وتحقيق التفاعل الحيوي مع المجتمع ومؤسساته.

- إعداد الكفاءات المؤهلة علمياً ومهارياً في تصميم الإعلان وخدمات التسويق ، لخدمة العمل الإعلامي والمساهمة في دفع عجلة التنمية. كما يهدف البرنامج إلى عقد دورات دراسية تخدم هذه المجالات، وتوظيف التقنية الحديثة في التعليم والدراسات والبحوث في المجالات المختلفة.

- تزويد الطلاب بالمستجدات النظرية والتطبيقية في الاتصال التسويقي والإعلان

- تهيئة الطلاب ليكونوا قادرين على نقد وتحليل الواقع التطبيقي والمشكلات وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها.

ب - قائمة التطورات الاستراتيجية لثلاث أو خمس سنوات قادمة:

- تزويد الطلاب بالمستجدات النظرية في الإعلان والاتصال التسويقي.
 - تزويد الطلاب بالمستجدات التطبيقية في الإعلان والاتصال التسويقي.
 - تزويد الطلاب بمهارات البحث العلمي، وإعداد الدراسات والبحوث الإعلامية .
 - تهيئة الطلاب ليكونوا قادرين على نقد وتحليل الظواهر والمشكلات الإعلامية وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها .
 - تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي الإعلان والاتصال التسويقي.
- تقليص الفجوة بين قسم الإعلان والاتصال التسويقي، والمؤسسات المهنية التي تماس تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم.



٢- أذكر الأهداف والغايات المحققة لرسالة البرنامج في الجدول، مع بيان الاستراتيجيات المتبعة للوصول إلى كل هدف وغاية وأذكر المؤشرات التي يقاس بها الإنجاز.		
المؤشرات	الاستراتيجيات	أهم التغييرات أو التطورات
-إجراء الدراسات التقويمية والتتبعية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	- تشجيع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين على حضور المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش التي تقام داخل البلاد وخارجه. - دعم المشروعات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين لاسيما التي تتصل بالتأليف والترجمة	تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للاتصال التسويقي والإعلان
-إجراء الدراسات التقويمية والتتبعية. -إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	إحاق محاضري القسم ومعيديه ببرامج تدريبية على استخدام أحدث التقنيات والأساليب المهنية في المجالات الإعلامية المختلفة	تطوير الخبرات العملية والتطبيقية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للاتصال التسويقي والإعلان
-إجراء الدراسات التقويمية والتتبعية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	دخول القسم في شراكات وبرامج تعاون مهني مع المؤسسات الإعلامية المتقدمة داخل المملكة وخارجها.	ردم الفجوة بين كلية الإعلام والمؤسسات المهنية للإعلام التي تماس تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للاتصال التسويقي والإعلان
- إجراء الدراسات التقويمية والتتبعية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	- تشجيع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين بالقسم على حضور المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش التي تقام داخل البلاد وخارجه. - دعم المشروعات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين لاسيما تلك التي تتصل بالتأليف والترجمة	تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للاتصال التسويقي والإعلان



مقررات قسم الإعلان والاتصال التسويقي (الخطة الجديدة)

المستوى الأول				المستوى الثاني			
الترميز الرقمي	الترميز الاسمي	المقرر	الوحدات	الترميز الرقمي	الترميز الاسمي	المقرر	الوحدات
١٠١	قرأ	القرآن الكريم	١	١٠١	ترخ	السيرة النبوية	٢
١٠٢	عقد	التوحيد	٢	١٥٩	نحو	النحو	٢
١٠٤	نحو	النحو	٢	١٠٣	علم	مهارات التحرير الإعلامي	٢
١٠١	علم	الإعلام السعودي	٢	١٠٤	علم	فلسفة الاعلام	٢
١٠٢	علم	مدخل إلى الاتصال	٣	٣٤٤	دار	مبادئ التسويق	٣
٢٥٣	دار	مبادئ الإدارة	٢	١١٢	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (١)	٣
١١١	سوق	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٢	١١٣	سوق	أسس الإعلان واقتصادياته	٣
المجموع			١٤	المجموع			١٧
المستوى الثالث				المستوى الرابع			
١٥١	قرأ	القرآن الكريم	١	٢٥٠	فقه	الفقه	٢
٢٠٥	علم	منهج البحث الإعلامي	٢	٢٠٨	علم	الإحصاء التطبيقي	٢
٢٠٦	علم	نظريات الاتصال	٢	٢٢١	سوق	تحرير الإعلان	٢
٢١٤	سوق	إدارة الإعلان والتسويق	٢	٢١٨	سوق	تخطيط وسائل الإعلان	٢
٢١٥	سوق	برامج التصميم الحاسوبية(٢)	٣	٢١٩	سوق	التسويق الالكتروني	٢
٢١٦	سوق	قوانين الإعلان وأخلاقياته	٣	٢٢٠	سوق	تصميم الإعلان للطبوع وتحريره	٣
٢١٧	سوق	برامج تنشيط المبيعات	٢	٢٢١	سوق	سلوك المستهلك	٢
المجموع			١٥	المجموع			١٥
المستوى الخامس				المستوى السادس			
٣٠١	قرأ	القرآن الكريم	١	١٠٢	ترخ	تاريخ المملكة	٢
٤٥٣	ثقف	الثقافة الإسلامية	٢	٣٣٠	سوق	تخطيط الحملات الإعلامية	٣
٣٠٨	علم	الرأي العام	٢	٢١٩	علق	إدارة علاقات العملاء	٣
٣٢٧	سوق	تصميم الإعلان المرئي وتحريره	٤	٣٣٢	سوق	إدارة وكالات الإعلان	٢
٣٢٨	سوق	الاتصال التسويقي المتكامل	٣	٣٣٣	سوق	تصميم الإعلان الالكتروني	٣
٣٢٩	سوق	البيع الشخصي	٢	٣٣٤	سوق	بحوث الإعلان والتسويق	٣
٢١٦	صحف	الخبر الصحفي	٤	٣٢٣	علق	العلاقات العامة التسويقية	٣
المجموع			١٨	المجموع			١٩
المستوى السابع				المستوى الثامن			
٤٥١	قرأ	القرآن الكريم	١	٤٤٢	سوق	مشروع تخرج	٤
٤٣٦	سوق	تخطيط حملات الاتصال التسويقي	٤	٤٤٣	سوق	تدريب تعاوني	٨
٤٣٧	سوق	إدارة العلامة التجارية	٢				
٤٣٨	سوق	التسويق الاجتماعي	٢				
٤٣٩	سوق	حالات دراسية	٣				
٤٤٠	سوق	التسويق الدولي	٣				
٤٤١	سوق	القياس التسويقي	٢				
المجموع			١٧	المجموع			١٢



الخطة الدراسية لقسم الإعلان والاتصال التسويقي وفقاً للمتطلبات السابقة

الترميز الرقمي	الترميز الاسمي	المقرر	الوحدات	المتطلب السابق
١٠١	علم	الإعلام السعودي	٢	
١٠٢	علم	مدخل إلى الاتصال	٣	
٢٥٣	دار	مبادئ الإدارة	٢	
١١١	سوق	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٢	
١٠٣	علم	مهارات التحرير الإعلامي	٢	
١٠٤	علم	فلسفة الإعلام	٢	
٣٤٤	دار	مبادئ التسويق	٣	دار ٢٥٣ مبادئ الإدارة
١١٢	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (١)	٣	
١١٣	سوق	أسس الإعلان واقتصادياته	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
٢٠٥	علم	منهج البحث الإعلامي	٢	
٢٠٦	علم	نظريات الاتصال	٢	
٢١٤	سوق	إدارة الإعلان والتسويق	٢	دار ٢٥٣ مبادئ الإدارة، دار ٣٤٤ مبادئ التسويق
٢١٥	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (٢)	٣	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبية (١)
٢١٦	سوق	قوانين الإعلان وأخلاقيته	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
٢١٧	سوق	برامج تنشيط المبيعات	٢	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي، دار ٣٤٤ مبادئ التسويق
٢٠٨	علم	الإحصاء التطبيقي	٢	علم ٢٠٥ منهج البحث الإعلامي
٢٢١	سوق	تحرير الإعلان	٢	علم ١٠٣ مهارات التحرير الإعلامي، سوق ٢١٧ أسس الإعلان واقتصادياته
٢١٨	سوق	تخطيط وسائل الإعلان	٢	سوق ٢١٧ أسس الإعلان واقتصادياته
٢١٩	سوق	التسويق الإلكتروني	٢	دار ٣٤٤ مبادئ التسويق
٢٢٠	سوق	تصميم الإعلان المطبوع وتحريره	٣	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبية (١)
٢٢١	سوق	سلوك المستهلك	٢	سوق ٢١٧ أسس الإعلان واقتصادياته
٣٠٨	علم	الرأي العام	٢	
٣٢٧	سوق	تصميم الإعلان المرئي وتحريره	٤	سوق ٢١٥ برامج التصميم الحاسوبية (٢)
٣٢٨	سوق	الاتصال التسويقي المتكامل	٣	سوق ٢١٨ تخطيط وسائل الإعلان
٣٢٩	سوق	البيع الشخصي	٢	سوق ١١٣ برامج تنشيط المبيعات
٢١٦	صحف	الخبر الصحفي	٤	علم ١٠٣ مهارات التحرير الإعلامي
٣٣٠	سوق	تخطيط الحملات الإعلانية	٣	سوق ٢١٨ تخطيط وسائل الإعلان، سوق ٣٢٧ تصميم الإعلان المرئي وتحريره
٢١٩	علم	إدارة علاقات العملاء	٣	
٣٣٢	سوق	إدارة وكالات الإعلان	٢	سوق ٢١٤ إدارة الإعلان والتسويق
٣٣٣	سوق	تصميم الإعلان الإلكتروني	٣	سوق ٢١٥ برامج التصميم الحاسوبية (٢)، سوق ٣٢٧ تصميم الإعلان المرئي وتحريره
٣٣٤	سوق	بحوث الإعلان والتسويق	٣	علم ٢٠٨ الإحصاء التطبيقي
٣٢٣	علم	العلاقات العامة التسويقية	٣	
٤٣٦	سوق	تخطيط حملات الاتصال التسويقي	٤	سوق ٣٢٨ الاتصال التسويقي المتكامل، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٣٧	سوق	إدارة العلامة التجارية	٢	سوق ٢١٤ إدارة الإعلان والتسويق، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٣٨	سوق	التسويق الاجتماعي	٢	سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٣٩	سوق	حالات دراسية	٣	سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية، سوق ٣٣٤ بحوث الإعلان والتسويق
٤٤٠	سوق	التسويق الدولي	٣	سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٤١	سوق	القياس التسويقي	٢	علم ٢٠٨ الإحصاء التطبيقي، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٤٢	سوق	مشروع تخرج	٤	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٣ التدريب التعاوني
٤٤٣	سوق	تدريب تعاوني	٨	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٢ مشروع التخرج



د. هيكل البرنامج وتنظيمه:

١- توصيف البرنامج:

٢. مكونات الخبرة الميدانية المطلوبة:

- التدريب التعاوني
- مشروع التخرج.
أ- وصف مختصر لأنشطة الخبرة الميدانية
يقوم الطلاب بإنتاج مواد الإعلان وتحريره والتدريب في الشركات ووكالات التسويق والإعلان كما يعد الطالب مشروعاً للتخرج.
-
ب- المرحلة أو المراحل التي يكلف فيها الطالب بالخبرة الميدانية في البرنامج؟ السنة الرابعة- الفصل الثاني.
ج- الوقت المخصص والجدولة الزمنية :
- جزء من المقررات الفصلية.
-
د. عدد الساعات المعتمدة:
- (١٢) أسبوعياً لمدة فصل دراسي كامل موزعة على النحو التالي:
- مقرر مشروع التخرج (٤) ساعات.
- التدريب التعاوني لمدة فصل دراسي كامل (٨) ساعة أسبوعياً.

٣. متطلبات المشاريع أو الأبحاث:

أ. وصف مختصر:	
يختتم الطالب دراسته في البرنامج بتنفيذ مشروع عملي متكامل في المجال الذي يرغبه (الاتصال التسويقي والإعلان) ويقوم بتنفيذه بنفسه ويترجم من خلاله المعرفة والمهارات التي اكتسبها وقدراته على التخطيط والإعداد والتأليف والتنفيذ.	
ب. مخرجات التعلم الرئيسية المستهدفة من التكليف بالمشروع أو البحث:	
<ul style="list-style-type: none">القدرة على تحويل المعارف النظرية إلى تطبيقات مهنية محترفة.إجادة مهارات التخطيط والإعداد والتأليف والتنفيذ.القدرة على وضع المعارف والمهارات التي اكتسبها من البرنامج في تصورها العملي والعلمي السليم.	
ج- المرحلة أو المراحل التي يُكلف فيها الطالب في البرنامج بتنفيذ المشروع أو إجراء البحث: السنة الرابعة- الفصل الثاني.	
د- عدد الساعات المعتمدة: اربع ساعات.	
هـ - الإرشاد الأكاديمي وآليات الدعم المقدم للطالب:	
يختار كل طالب فكرة لمشروعه، ومناقشتها مع أستاذ المقرر، وبعد الاتفاق عليها يقدم الطالب خطة عملية للتنفيذ، ثم يبدأ في تنفيذ المشروع بمتابعة دورية من قبل الأستاذ، ليكون المشروع جاهزاً في نهاية الفصل الدراسي.	
و- منهج التقويم : التقويم المستمر للطالب وفق الخطة التنفيذية، وتوزع الدرجات وفق ما يلي:	
الدرجة	الإجراء
١٥%	تقويم الفكرة من حيث جودتها وابتكارها وتميزها
٢٠%	تقويم خطة العمل من حيث دقتها وقابليتها للتنفيذ
١٥%	تقويم جدية الطالب في تنفيذ كل مرحلة من مراحل الخطة
٥٠%	تقويم المشروع في صورته النهائية
١٠٠%	المجموع

٤- مخرجات التعلم وفقاً لمجالات التعلم وأساليب التقويم واستراتيجيات التدريس.



مجالس التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	استراتيجيات التدريس	أساليب التقويم
1.0	المعارف	
1.1	- التعرف المباشر والمحاضرات الصفية. - التعرف القائم على الحوار والنقاش داخل الصف والأبحاث.	- استخدام الاختبارات التحريرية. - المناقشات الصفية. - تقييم العروض التقديمية.
1.2	- التعرف المباشر والمحاضرات الصفية. - حل المشكلات علمياً وعملياً. - التعرف القائم على العمل الجماعي "التعاوني". - التعرف القائم على الحوار والنقاش داخل الصف. - التعرف القائم على التفكير الناقد. - الأبحاث. - الواجبات المكتتبية. - تقديم العروض. - المحاكاة العلمية والتطبيقية	- استخدام الاختبارات التحريرية. - المناقشات الصفية. - تقييم العروض التقديمية
1.3	- التعرف المباشر والمحاضرات الصفية. - حل المشكلات علمياً وعملياً. - التعرف القائم على العمل الجماعي "التعاوني". - التعرف القائم على الحوار والنقاش داخل الصف. - التعرف القائم على التفكير الناقد. - الأبحاث. - الواجبات المكتتبية. - تقديم العروض. - المحاكاة العلمية والتطبيقية	- استخدام الاختبارات التحريرية. - المناقشات الصفية. - تقييم العروض التقديمية
1.4	- التعرف المباشر والمحاضرات الصفية. - حل المشكلات علمياً وعملياً. - التعرف القائم على العمل الجماعي "التعاوني". - التعرف القائم على الحوار والنقاش داخل الصف. - التعرف القائم على التفكير الناقد. - الأبحاث. - الواجبات العملية. - الواجبات المكتتبية. - المحاكاة العلمية	- استخدام الاختبارات التحريرية. - التطبيقات العملية. - المناقشات الصفية. - تقييم العروض التقديمية.



	والتطبيقية		
2.0	المهارات الإدراكية		
2.1	<ul style="list-style-type: none">- المحاضرات الصفية.- التدريبات العملية.- حل المشكلات ودراسة الحالة.- مجموعات النقاش الصغيرة.- التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	<ul style="list-style-type: none">- تطبيقات المهارات الاتصالية في الإعلان والتسويق المستهدفة.	
2.2	<ul style="list-style-type: none">- المحاضرات الصفية- التدريبات العملية- حل المشكلات ودراسة الحالة.- مجموعات النقاش الصغيرة- التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	<ul style="list-style-type: none">- التمييز بين فنون الإعلان المتخلفة ومتطلبات تنفيذها.	
2.3	<ul style="list-style-type: none">- المحاضرات الصفية- التدريبات العملية- حل المشكلات ودراسة الحالة.- مجموعات النقاش الصغيرة- التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	<ul style="list-style-type: none">- إنتاج مواد الإعلان والتسويق المختلفة. وتحليل موضوعات وقضايا الاتصال التسويقي المختلفة ويحدد اتجاهاتها.	
2.4	<ul style="list-style-type: none">- المحاضرات الصفية- التدريبات العملية- حل المشكلات ودراسة الحالة.- مجموعات النقاش الصغيرة- التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	<ul style="list-style-type: none">- تحليل موضوعات وقضايا الإعلان المختلفة ويحدد اتجاهاتها. وامتلاك مهارات البحث العلمي.	
3.0	مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية		
3.1	<ul style="list-style-type: none">- المشاركة في الأنشطة الجماعية الصفية وغير الصفية.- تكوين فرق عمل لإنجاز المشاريع الإعلامية.- تكليف الطلاب بالإشراف على الأنشطة غير الصفية.- تقمص الأدوار المهنية في الأنشطة التدريبية في ميادين التسويق والإعلان	<ul style="list-style-type: none">- القدرة على ممارسة مهارات التواصل الفعال. وتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين	



3.2	<ul style="list-style-type: none">- القدرة على قيادة فرق العمل في العلاقات العامة والعمل ضمن فريق. والمبادرة في التعرف على القضايا التي تتطلب الاهتمام ومعالجتها بالطريقة المناسبة على المستوى الفردي وضمن فريق عمل.	<ul style="list-style-type: none">- المشاركة في الأنشطة الجماعية الصفية وغير الصفية.- تكوين فرق عمل لإنجاز المشاريع الإعلامية.- تكليف الطلاب بالإشراف على الأنشطة غير الصفية.- تقمص الأدوار المهنية في الأنشطة التدريبية في ميادين الاتصال التسويقي.	<ul style="list-style-type: none">- ملاحظة تفاعل الطلاب في مواقف عملية مختلفة.- تقويم أداء الطالب أثناء ممارسته للعمل الميداني.- طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها.
4.0	مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية		
4.1	<ul style="list-style-type: none">- القدرة على استخدام الحاسبات الآلية للتعامل مع شبكة الإنترنت للوصول إلى المعلومات المطلوبة.- القدرة على استخدام الوسائل والبرامج الحديثة في إنتاج وتصميم وكتابة مواد العلاقات العامة.- القدرة على استخدام التقنية في البحث العلمي.	<ul style="list-style-type: none">- المحاضرات الصفية.- التدريبات العملية.- استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد	<ul style="list-style-type: none">- الاختبارات التحريرية والعملية.- تكليف الطلاب بإنتاج مواد ورسائل إعلامية باستخدام الوسائل التقنية الحديثة.- تكليف الطلاب بإجراء البحوث النظرية والتطبيقية باستخدام الوسائل التقنية الحديثة- تكليف الطلاب بتقديم عروض صفية وتزويدهم بالتغذية الراجعة التقويمية.
4.2	<ul style="list-style-type: none">- استخدام التقنية في إجراء العروض التقديمية لهدف مختلف.- القدرة على استخدام التقنية في التواصل مع الآخرين.- إتقان استخدام الأساليب والمعاملات الإحصائية في تحليل البيانات وتفسيرها للوصول إلى حلول مبدعة.	<ul style="list-style-type: none">- المحاضرات الصفية.- التدريبات العملية.- استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد	<ul style="list-style-type: none">- الاختبارات التحريرية والعملية.- تكليف الطلاب بإنتاج مواد ورسائل إعلامية باستخدام الوسائل التقنية الحديثة.- تكليف الطلاب بإجراء البحوث النظرية والتطبيقية باستخدام الوسائل التقنية الحديثة- تكليف الطلاب بتقديم عروض صفية وتزويدهم بالتغذية الراجعة التقويمية.
5.0	المهارات النفسحركية		
5.1	<ul style="list-style-type: none">- القدرة على إنتاج وتصميم مواد العلاقات العامة المختلفة سواء كانت صحفية أو مسموعة، أو مسموعة مرئية.	<ul style="list-style-type: none">- التدريب العملي.- المحاكاة وأداء الدور.- عرض مواد مسجلة مرئية ومسموعة تتضمن نماذج تطبيقية متميزة.- عرض أعمال الطلاب ومناقشتها بشكل جماعي.	<ul style="list-style-type: none">- تقويم أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد.- تقويم الطلاب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية.
5.2	<ul style="list-style-type: none">- القدرة على محاكاة وتبادل أدوار ومواقف وممارسات عملية في العلاقات العامة.- قياس قدرة الطالب على التعامل في المواقف التي تتطلب الحركة.	<ul style="list-style-type: none">- التدريب العملي.- المحاكاة وأداء الدور.- عرض مواد مسجلة مرئية ومسموعة تتضمن نماذج تطبيقية متميزة.- عرض أعمال الطلاب ومناقشتها	<ul style="list-style-type: none">- تقويم أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد.- تقويم الطلاب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال
قسم الاتصال التسويقي والإعلان

	بشكل جماعي.		
--	-------------	--	--



مصفوفة مخرجات تعلم البرنامج

السنة الأولى (الفصل الأول والثاني)

مقررات البرنامج														مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	
سوق ١١٥	سوق ١١٤	سوق ١١٣	علم ١٠٤	علم ١٠٣	نحو ١٥٩	ترخ ١١٤	سوق ١١٢	سوق ١١١	علم ١٠٢	علم ١٠١	نحو ١٠٤	عقد ١٠٢	قرأ ١٠١		
														المعارف	1.0
														الحقائق	1.1
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	ق		1.2
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	ق		1.3
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	ق		1.4
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	ق		2.0
													ق	المهارات الإدراكية	2.1
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	د	مهارات معرفية	2.2
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	د	تطبيق المهارات عند الطلب	2.3
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	د	التفكير الابتكاري وحل المشكلات	3.0
														مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية	3.1
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	د	مسؤولية الفرد عن تعلمه	3.2
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	د	المشاركة الجماعية والقيادة	3.3
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	د	التصرف بمسؤولية في المواقف الشخصية والمهنية	4.3
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق		د	معايير السلوك الأدبية	4.0
														مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية	4.1
ق	ق	ق	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	د	التواصل الشفوي والمكتوب	4.2
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	م	استخدام تقنية المعلومات	4.3
م	م	م	م	م	ق	ق	م	م	م	م	ق	ق	م	مبادئ الرياضيات والإحصاء	5.0
														المهارات النفس حركية	5.1
م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	القدرة على إنتاج وتصميم مواد العلاقات العامة المختلفة	



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال
قسم الاتصال التسويقي والإعلان

م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	القدرة على محاكاة وتبادل أدوار ومواقف وممارسات عملية في العلاقات العامة.	5.2
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	قياس قدرة الطالب على التعامل في المواقف التي تتطلب الحركة	3.5
السنة الثانية (الفصل الثالث والرابع)																
مقررات البرنامج															مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	
سوق ٢٢١	صحف ٢٠٣	سوق ٢٢٠	سوق ٢١٩	علم ٢٠٧	فقه ٢٥٠	سوق ٢١٨	سوق ١١٣	سوق ٢١٧	سوق ٢١٦	علم ٢٠٦	علم ٢٠٥	قرأ ٢٠١				
															المعارف	1.0
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			الحقائق	1.1
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			المفاهيم	1.2
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			النظريات	1.3
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			الإجراءات	1.4
															المهارات الإدراكية	2.0
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			مهارات معرفية	2.1
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			تطبيق المهارات عند الطلب	2.2
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			التفكير الابتكاري وحل المشكلات	2.3
															مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية	3.0
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			مسؤولية الفرد عن تعلمه	3.1
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			المشاركة الجماعية والقيادة	3.2
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			التصرف بمسؤولية في المواقف الشخصية والمهنية	3.3
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			معايير السلوك الأدبية	4.3
															مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية	4.0
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			التواصل الشفوي والمكتوب	4.1
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			استخدام تقنية المعلومات	4.2
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	م	ق			مبادئ الرياضيات	4.3



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال
قسم الاتصال التسويقي والإعلان

														والإحصاء	
														المهارات النفس حركية	5.0
	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	-	-	-	القدرة على إنتاج وتصميم مواد العلاقات العامة المختلفة	5.1
	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	-	القدرة على محاكاة وتبادل أدوار ومواقف وممارسات عملية في العلاقات العامة.	5.2
	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	م	ق	قياس قدرة الطالب على التعامل في المواقف التي تتطلب الحركة	3.5

السنة الثالثة (الفصل الخامس والسادس)

مقررات البرنامج														مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	
سوق ٣٣٥	سوق ٣٣٤	سوق ٣٣٣	سوق ٣٣٢	سوق ٣٣١	سوق ٣٣٠	صحف ٣٠٣	سوق ٣٢٩	سوق ٣٢٨	سوق ٣٢٧	علم ٣٠٨	ثقف ٤٥٣	قرأ ٣٠١			
														المعارف	1.0
د	ق	د	م	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	الحقائق	1.1
د	ق	د	م	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	المفاهيم	1.2
د	ق	د	م	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	النظريات	1.3
د	ق	د	م	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	الإجراءات	1.4
														المهارات الإدراكية	2.0
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	مهارات معرفية	2.1
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	تطبيق المهارات عند الطلب	2.2
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	التفكير الابتكاري وحل المشكلات	2.3
														مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية	3.0
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	مسؤولية الفرد عن تعلمه	3.1
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	المشاركة الجماعية والقيادة	3.2
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	التصرف بمسؤولية في المواقف الشخصية والمهنية	3.3
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	معايير السلوك الأدبية	4.3
														مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية	4.0
د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	ق	التواصل الشفوي والمكتوب	4.1





المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال
قسم الاتصال التسويقي والإعلان

														وتقنية المعلومات، والمهارات العددية	
				د	د	د	ق	د	د	د	د	د	د	التواصل الشفوي والمكتوب	4.1
				د	د	د	ق	د	د	د	د	د	د	استخدام تقنية المعلومات	4.2
				د	د	د	ق	د	د	د	د	د	د	مبادئ الرياضيات والإحصاء	4.3
														المهارات النفس حركية	5.0
				د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	القدرة على إنتاج وتصميم مواد العلاقات العامة المختلفة	5.1
				د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	القدرة على محاكاة وتبادل أدوار ومواقف وممارسات عملية في العلاقات العامة.	5.2
				ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	قياس قدرة الطالب على التعامل في المواقف التي تتطلب الحركة	3.5



٥. شروط القبول في البرنامج.

متطلبات القبول في البرنامج:

- يقبل البرنامج الحاصلين على شهادة الثانوية العامة القسم الأدبي أو العلمي أو ما يعادلها، وفق شروط القبول التي يعلنها القسم في فترات القبول للدراسة الجامعية في الجامعة.
- اجتياز الفصل التحضيري (مرفق الدليل الإرشادي)

٦. متطلبات الحضور وإتمام البرنامج.

- أ- الحضور: يتطلب الحضور الكامل لجميع ساعات البرنامج إجباري وعددها ١٢٣ ساعة ، ما عدا النسب المسموح بها في اللانحة الموحدة لجميع الدراسات الجامعية في الجامعات السعودية، وقواعد تنفيذها بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. (مرفق الدليل الإرشادي)

وفيما يلي شرح موجز لمتطلبات الحضور :

أ- الأنظمة أو السياسات الخاصة بتحديد وتوزيع الدرجات:

المقررات النظرية: لا تقل درجة الامتحان النهائي عن ٦٠ % ، وتوزع باقي الدرجة على الأعمال الفصلية التالية بما يتناسب مع طبيعة المقرر:

- اختبارات فصلية.
- اختبارات قصيرة.
- بحوث قصيرة أو أوراق عمل.
- مشاركة صفية.
- عروض تقديمية.

لمقررات نصف عملية: لا تقل درجة الامتحان النهائي عن ٤٠ %، وتوزع باقي الدرجة على الأعمال الفصلية التالية بما يتناسب مع طبيعة المقرر:

- تكاليفات عملية.
- اختبارات فصلية
- مشاركة صفية
- عروض تقديمية

المقررات العملية: يخصص كامل الدرجة للمشروع العملي، ويخضع ذلك للتقويم المستمر وفقاً لطبيعة المقرر.

ب. الانتقال من سنة إلى سنة: تطبق بشأن الانتقال من سنة إلى أخرى لائحة الدراسة، والاختبارات الموحدة للجامعات السعودية.

ج. إتمام البرنامج أو متطلبات التخرج: يطبق البرنامج في النظام المعمول به في الجامعة (بنر) في تسجيل المقررات والتخرج وتتولى عمادة القبول والتسجيل تنفيذ هذه المهمة. كما يطبق بشأن الانتقال التخرج من البرامج لائحة الدراسة والاختبارات الموحدة للجامعات السعودية.

د. لوائح تقويم الطلاب والتحقق من قياس الأداء.

أ- فحص عينات من الاختبارات والواجبات:

- مقارنة التطبيقات العملية بالأداء في الجوانب النظرية.
- مقارنة أداء الطالب في أي مقرر بأدائه في بقية المقررات.
- تبادل الملحوظات والرؤى بين الأساتذة حول تقويم الطلاب.

ب - تقويم مستقل من جهة خارجية:

يقوم بالتقويم المستقل أحد أقسام العلاقات العامة في الجامعات السعودية، أو الجامعات العربية.

هـ. الإدارة الطلابية ومساندة الطلبة.

١- الإرشاد الأكاديمي للطلبة.

أ - الساعات المكتبية لأعضاء هيئة التدريس: ساعتان أسبوعياً.

ب- الاستشارات الخاصة بتخطيط البرنامج واختيار المواد الدراسية:

- تعين مشرف من أعضاء هيئة التدريس لكل طالب منذ بداية دخوله البرنامج وحتى تخرجه.
- يحدد أستاذ المقرر ما لا يقل عن ساعتين مكتبية أسبوعياً وذلك تبعاً لجدول محاضراته الأسبوعي من أجل تقديم المشورة الأكاديمية لطلاب هذا المقرر
- متابعة الأداء الأكاديمي للطلاب.

ج - التخطيط للسيرة المهنية (توجيه الطالب مهنيًا)

- تزويد الطالب بما يحتاج إليه من استشارات فيما يتعلق بالتخصص والتوظيف بعد التخرج أو عمله الحالي أو الدراسات العليا التي ينشدها.
- تقديم الاستشارات فيما يتعلق بالجوانب الشخصية والاجتماعية للطلاب.



٢- تظلم الطلبة.

- يتم النظر في شكاوى الطلاب وتظلماتهم في ضوء ما حددته اللائحة الموحدة للدراسة والاختبار في الجامعات السعودية.
ز. مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات.

١- (أ) الإجراءات التي يتبناها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لاختيار كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم وغيرها بما في ذلك المصادر الإلكترونية مواقع الشبكة العنكبوتية، وإجراءات الحصول على ذلك: - التنسيق مع المكتبة، ومركز بيع الكتب بالجامعة لتوفير الكتب والمراجع التي يحتاج إليها الطلاب في مجال التخصص. ١- (ب) الإجراءات التي يتبناها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لاختيار مصادر التعلم الخاصة بالمكتبة والمعامل والفصول الدراسية، إجراءات الحصول على ذلك: - التنسيق مع الجهات المختصة بالجامعة لتوفير مصادر المعلومات الإلكترونية.
٢- الإجراءات التي يتبناها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لتقويم مدى ملاءمة ما يقدم من كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم: - إجراء مسوحات لمعرفة قواعد المعلومات وتسهيل وصول الطلاب إليها.
٣- الإجراءات التي يتبناها الطلاب لتقويم مدى ملاءمة كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم المقدمة: - مقارنة المراجع والكتب المقررة مع مفردات المقررات الخاصة بتوصيف المقرر، وما يشرحه الأستاذ داخل القاعة.
٤- الإجراءات المتبعة للحصول على كتب المقررات واعتمادها: - تقييم الكتب والمراجع من قبل لجان متخصصة للتأكد من مناسبتها لأهداف البرنامج بشكل عام ولأهداف كل مقرر على حدة، على أن يتم ذلك بشكل دوري كل ثلاث سنوات.

ح. أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم.

١- التعيين

عملية توظيف أعضاء هيئة التدريس: • اختيار أعضاء هيئة التدريس من ذوي الاختصاص والكفاءة العلمية العالية. • اختيار أعضاء هيئة التدريس من خريجي الجامعات المتميزة أكاديمياً. • إجراء المقابلات الشخصية لتقويم كفاءة وأهلية المتقدم لشغل وظيفة عضو هيئة التدريس. • تعريف عضو هيئة التدريس المعين حديثاً بأنظمة ولوائح القسم والجامعة. • المواءمة بين تخصص عضو هيئة التدريس والمقررات التي يقدمها البرنامج. • إجراء تقويم لأداء عضو هيئة التدريس خلال السنة الأولى من ممارسته لمهامه الأكاديمية والبحثية، وذلك قبل البت في تعيينه بشكل نهائي.
--

2- المشاركة في تصميم البرنامج والإشراف عليه ومراجعته.

أ. آلية استشارة أعضاء هيئة التدريس وإشراكهم في عمليات مراقبة جودة البرنامج والاستعراض السنوي لسيره والتخطيط لتحسين الأداء: - يقدم كل أستاذ مقرر في البرنامج، تقريراً فصلياً حول سير البرنامج، والعقبات التي يمكن أن تكون قد واجهت الطلاب، والحلول المقترحة للمشكلات. - يعقد القسم حلقة نقاش سنوية لتقييم البرنامج، في ضوء ما يتوافر عليه من دراسات تقييمية، وبيانات إحصائية، وتقارير لأساتذة المقررات، ويخلص إلى ما يحتاجه البرنامج من عمليات تحسين وتطوير. - تعرض خلاصات عملية التقويم تلك على مجلس القسم، للنظر فيها والتوصية بما تحتاجه من إجراءات تنفيذية. ب. آلية عمل اللجنة الاستشارية: - تعرض خلاصات عملية التقويم تلك على مجلس القسم للنظر فيها والتوجيه بما تحتاجه من إجراءات تنفيذية.
--

٣- التطوير المهني.

الإجراءات المتبعة لتحقيق التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم من حيث: أ- تطوير مهارات التدريس وتقويم الطلاب? - حث أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في الدورات التدريبية الموجهة لتنمية وتطوير مهاراتهم التدريسية والبحثية. - عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس في استخدام التقنيات الحديثة في التدريس. - ابتعاث عدد من المعيدين والمحاضرين للدراسة في الخارج بما يتواءم مع التطورات الحديثة في مجال العلاقات العامة ب- تطوير جوانب مهنية : - تحفيز أعضاء هيئة التدريس للمشاركة في المؤتمرات والندوات العلمية داخلياً وخارجياً. - عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس في استخدام التقنيات الحديثة في البحث العلمي.
--



٤- إعداد أعضاء هيئة التدريس الجدد ومن في حكمهم.

- اختيار وتعيين معيدين من الحاصلين على درجة البكالوريوس في العلاقات العامة، بتفوق، والمؤهلين معرفياً ومهارياً في صناعة العلاقات العامة والإعلام، بمجالاتها النوعية المتعددة.
- ابتعاث عدد من المعيدين والمحاضرين للدراسة في الخارج بما يتواءم مع التطورات الحديثة في مجال العلاقات العامة.

٥- الأساتذة غير المتفرغين والأساتذة الزائرين من أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم.

- يستهدف القسم ضمن خطته الاستراتيجية استقطاب أساتذة زائرين لخدمة أهدافه، وتحقيق وظائفه التعليمية والتدريبية من الكفاءات المؤهلة في الجامعات السعودية والعربية والعالمية، وذلك وفق التنظيمات المعمول بها في وزارة التعليم العالي.

ط . عمليات تقييم البرنامج وتطويره:

١- فعالية التدريس.

- أ- الإجراءات المتبعة لتقييم استراتيجيات تطوير مخرجات التعلم في مجالات التعلم المختلفة وتطوير هذه الاستراتيجيات:
- بيانات إحصائية عن نتائج الطلاب نهاية كل فصل دراسي.
- استمارة استقصاء طلابية لكل مقرر توزع نهاية كل فصل.
- تقارير لجنة متابعة وتقييم الخطة الدراسية.
- ثقة المؤسسات الإعلامية بخريجي القسم وحصول النسبة الكبرى منهم على وظائف فور تخرجهم.

- ب- الإجراءات المتبعة لتقييم مهارة أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم في تطبيق الاستراتيجيات المخطط لاستخدامها:
- استمارة استقصاء طلابية لكل مقرر توزع نهاية كل فصل.
- تقارير الأداء الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس.
- مراجعة عينات مختارة من أعمال الطلاب واختباراتهم من قبل زميل آخر.
- مراجعة ملف المقرر المقدم من قبل الأستاذ.

٢- التقييم العام للبرنامج.

- أ. الاستراتيجيات المتبعة في البرنامج للحصول على تقويم للجودة العامة للبرنامج ولتحقيق مخرجات التعلم المستهدفة من:

- ١- الطلاب الحاليين وخريجي البرنامج:
- استمارة استقصاء للطلاب المسجلين حالياً والذين تخرجوا من البرنامج.
- مجموعات التركيز للطلاب المسجلين حالياً والذين تخرجوا من البرنامج.
- ٢- مستشارون مستقلون أو مقيمون مستقلون أو كلا الفئتين:
- إجراء دراسات علمية لتقويم مخرجات البرنامج من قبل وحدة الجودة في الكلية وباحثين مستقلين.
- التعرف على آراء القائمين على المؤسسات الإعلامية وغيرها في خريجي البرنامج.
- ٣- الموظفون أو غيرهم من أصحاب الشأن أو من الجميع:
- إجراء دراسات علمية لتقويم مخرجات البرنامج من قبل وحدة البحوث في الكلية.
- التعرف على اتجاهات المؤسسات التي يعمل بها خريجو القسم نحو معارف الخريجين ومهاراتهم الاتصالية والإعلامية وغيرها من المهارات المطلوبة في رجل العلاقات العامة.



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال
قسم الاتصال التسويقي والإعلان

جدول مؤشرات الأداء الرئيسية للبرنامج وتقويمه

مؤشرات الأداء الرئيسية	قائمة مؤشرات أداء البرنامج الرئيسية باعتماد المؤسسة	المستوى المستهدف لمؤشرات الأداء الرئيسية	المستوى الحالي لمؤشرات الأداء الرئيسية	مستوى مؤشرات الأداء الرئيسية بالنسبة للمعايير المرجعية الداخلية	مستوى مؤشرات الأداء الرئيسية بالنسبة للمعايير المرجعية الخارجية	تحليل مؤشرات الأداء الرئيسية	الرؤية الجديدة للمستوى المستهدف لمؤشرات الأداء الرئيسية
المؤشر ١	نسبة الطلاب لهيئة التدريس (بدوام كامل أو ما يعادله)	أستاذ لكل ٢٠ طالب	جديد	أستاذ لكل ٣٣ طالب	٢٠ طالب لكل أستاذ		
المؤشر ٢	نسبة أعضاء هيئة التدريس الذين يحملون مؤهلات دكتوراه مصادق عليها	٨٠% من عدد الأساتذة	جديد	٤٦% من عدد الأساتذة	٦٠% من عدد الأساتذة		
المؤشر ٣	نسبة الطلاب الداخلين بالبرامج الذين أكملوا بنجاح السنة الأولى	٧٥%	جديد	٦٥%	٧٠%		
المؤشر ٤	نسبة الطلاب الداخلين في برامج البكالوريوس الذين أكملوا في الحد الأدنى من المدة	٨٠%	جديد	٦٠%	٧٥%		
المؤشر ٥	نسبة الطلاب الداخلين في برامج الدراسات العليا الذين أكملوا في الوقت المحدد	٦٠%	جديد	٤٠%	٧٥%		
المؤشر ٦	نسبة الخريجين من برامج البكالوريوس الذين توظفوا في مدة ٦ أشهر من التخرج.	٤٠%	جديد	١٠%	٤٥%		
المؤشر ٧	نسبة الخريجين من برامج البكالوريوس الذين التحقوا بالدراسات العليا خلال ٦ أشهر من التخرج.	١٠%	جديد	٣%	٧%		
المؤشر ٨	تقييم أصحاب العمل لجودة الخريجين بالنسبة لأدائهم بشكل عام، وبالنسبة للمهارات والخصائص كما يحددها إطار المؤهلات.	جيد جداً	جديد	جيد	جيد جداً		
ينصح بإجراء تحليل في ضوء البيانات الفعلية كل سنتين							



جدول خطة عمل البرنامج

الرقم	التوصيات	الاقتراحات العملية	معايير التقويم	الشخص المسؤول	تاريخ البدء	تاريخ الانتهاء
١	حصر لأعداد الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بعد نهاية كل فصل دراسي.			وكيل الكلية		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٢	حصر لأعداد أعضاء هيئة التدريس الذين يحملون مؤهلات دكتوراه مصادق عليها نسبة لمجموع أعضاء هيئة التدريس.			مدير شئون أعضاء هيئة التدريس		بعد نهاية كل سنة دراسية.
٣	مراجعة نتائج طلاب الفرقة الأولى.			مدير شئون الطلاب		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٤	مراجعة نتائج طلاب الفرقة الرابعة والسجلات الأكاديمية للناجحين.			مدير شئون الطلاب.		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٥	مراجعة كشوف الذين أنهوا مرحلة الدراسات العليا ومقارنتها بتواريخ التحاقهم بالبرنامج.			وكيل الكلية للدراسات العليا.		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٦	استقصاء أعداد الخريجين الذين توظفوا في مدة ٦ أشهر من التخرج.					بعد نهاية كل سنة دراسية.
٧	مراجعة كشوف المقبولين للدراسات العليا وتواريخ تخرجهم.			وكيل الكلية للدراسات العليا.		قبل بداية الفصل الدراسي.
٨	توزيع استبانة على أصحاب العمل والمدراء في أماكن عمل الخريجين لمعرفة درجة تقييمهم ورضاهم عن مستواهم.			فريق الجودة		كل سنة.
ينصح بأن تتم مراجعة المعايير كل سنتين ويتم في ضوءها تعديل الخطة.						



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الإعلام والاتصال
قسم الاتصال التسويقي والإعلان

توقيعات معتمدة

العميد/المشرف على البرنامج	الاسم	المنصب	التوقيع	التاريخ
عميد كلية الإعلام والاتصال	أ. د/ عبد الله بن محمد الرفاعي	عميد الكلية		
وكيل الجامعة				



مرفقات البرنامج

مرفق رقم (١)

الدليل الإرشادي لبرنامج قسم الاتصال التسويقي والإعلان

م	المحتويات	الصفحة
١	تعريف بالبرنامج ومعلومات عنه	
٢	بيئة عمل البرنامج	
٣	تعريف برسالة البرنامج	
٤	هيكل البرنامج وتنظيمه	
٥	مكونات الخبرة الميدانية	
٦	متطلبات البحث أو المشروع في البرنامج (هذا خلاف بحث المقرر ومشروعه)	
٧	تنمية نتائج التعليم في المجالات المختلفة	
٨	مهارات التواصل، واستخدام تقنية المعلومات العددية	
٩	المهارات النفس حركية (إذا كانت تنطبق على البرنامج)	
١٠	متطلبات القبول بالبرنامج	
١١	الوائح التنظيمية أو سياسات وضع الدرجات وتوزيعها (إن وجدت)	
١٢	عمليات التحقق من معايير الإنجاز	
١٣	وصف البرنامج لعمليات الإرشاد الأكاديمي	
١٤	معالجة تظلمات الطلاب	
١٥	الكتب والمراجع ومصادر التعلم	
١٦	الجوانب المتعلقة بتعيين أعضاء هيئة التدريس وتطويرهم	
١٧	تقييم البرنامج وعمليات تحسين المستوى	
١٨	التقويم الكلي للبرنامج	

مرفق رقم (٢)

الدليل الإرشادي لقسم الاتصال التسويقي والإعلان- محتويات الدليل الإرشادي للقسم

م	المحتويات	الصفحة
١	مقدمة	
٢	نبذة عن القسم	
٣	رؤية القسم	
٤	رسالة القسم	
٥	أهداف القسم	
٦	شروط القبول في القسم	
٧	الخطة الدراسية لمرحلة البكالوريوس	
٨	الإطار العام للخطة الدراسية للقسم	
٩	ترميز المقررات	
١٠	الخطة الدراسية التفصيلية موزعة على الفصول الدراسية	
١١	متطلبات الحضور وإتمام البرنامج	
١٢	توزيع درجات المقرر الدراسي	
١٣	إرشادات حول أنظمة الدراسة الجامعية	



مقدمة:

في ظل التطور الكمي النوعي الذي تشهده كثير من المجالات في المملكة العربية السعودية وما واكب ذلك من ازدياد مطرد في الحاجة إلى متخصصين في الاتصال التسويقي والإعلان في العالم بشكل عام والعالم العربي بوجه خاص، يأتي دور مؤسسات التعليم العالي _ ومنها جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية _ في سدّ هذا العجز، والمشاركة في تنمية البلاد ومتطلبات تنفيذ الأعمال فيها وفق متطلبات التقنية الحديثة وتلبية الحاجات التنموية الحقيقية.

نبذة عن القسم:

تشير الإحصاءات والتجارب إلى حاجة سوق العمل إلى مؤهلين في مهارات الاتصال التسويقي والإعلان التي يقدمها البرنامج، فلا تكاد تخلو مؤسسة إعلامية من الحاجة لمتخصصين في التسويق والإعلان ويفترض أن تسهم هذا القسم في الموائمة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل، وهذا القسم تمثل جهداً جاداً من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تخريج طلاب وطالبات يستطيع سوق العمل استيعابهم بكل يسر وسهولة.

يعد البرنامج امتداداً طبيعياً لرسالة كلية الإعلام والاتصال، حيث قربت التقنية الحديثة ما بين وسائل الإعلام وتقنيات الحاسوب لمستوى الاندماج والتكامل "integration" وبالتالي أصبحت الممارسة الإعلامية مرتبطة بالقدرة على إجادة تقنيات الحاسوب والاتصال بحيث أصبح التسويق والإعلان مرتكزاً رئيساً فيها. وعلاوة على حاجة سوق العمل للمخرجات وهو أيضاً داعم قوي لبقية أقسام الإعلام، العلاقات العامة والصحافة والنشر الإلكتروني والإذاعة والتلفزيون فتقنيات الحاسب الآلي ومهارات التسويق والإعلان أحد أركانها الرئيسية، التي سيتم تدريسها بعد إيجاد قسم الصحافة والنشر الإلكتروني تدريجياً نوعياً وأكثر تخصصية واحترافاً. وبالتالي فالقسم مرتبط ارتباطاً أساسياً بتخصص الإعلام ومرتبطة برسالة الكلية، ولرسالة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

رؤية القسم :

أن يحتل قسم الاتصال التسويقي والإعلان، بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية مكانة متميزة بين الأقسام المناظرة في المملكة والعالم.

رسالة القسم :

التأهيل الأكاديمي والمهني المميز للكفاءات المتخصصة في الاتصال التسويقي والإعلان التي تعمل في المجالات الكثيرة والمختلفة.

أهداف قسم الإعلان والاتصال التسويقي :

سيتم تحقيق رؤية ورسالة القسم عن طريق الأهداف التالية:

- تقديم برنامج علمي متكامل في تخصص الاتصال التسويقي والإعلان، و توظيف وسائل التقنية الحديثة في مجال التعليم، وتدريب منسوبي القسم والدارسين فيه على أفضل وسائل التعليم ليتمكنوا من مواصلة دراساتهم الجامعية والعليا بتميز، وتحقيق التفاعل الحيوي مع المجتمع ومؤسساته.

- إعداد الكفاءات المؤهلة علمياً ومهارياً في تصميم الإعلان والتسويق، لخدمة العمل الإعلامي والمساهمة في دفع عجلة التنمية. كما يهدف البرنامج إلى عقد دورات دراسية تخدم هذه المجالات، وتوظيف التقنية الحديثة في التعليم والدراسات والبحوث في المجالات المختلفة.

- تزويد الطلاب بالمستجدات النظرية والتطبيقية في الاتصال التسويقي والإعلان



- تهيئة الطلاب ليكونوا قادرين على نقد وتحليل الواقع التطبيقي والمشكلات وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها.

شروط القبول في القسم لمرحلة البكالوريوس:

الضوابط والمعايير المعتمدة من قبل إدارة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

اجتياز الفصل التحضيري

شهادة الثانوية العامة، القسم الأدبي أو العلمي

الإطار العام للخطة الدراسية لمرحلة البكالوريوس :

أ - الإطار العام للخطة الدراسية:

تتضمن الخطة الدراسية لبرنامج البكالوريوس (١٢٣) وحدة دراسية موزعة على متطلبات الجامعة والكلية والتخصص، وذلك على النحو التالي:

م	نوع المتطلب	عدد المقررات	عدد الوحدات	النسبة المئوية
١	متطلب جامعي	٧ مقررات	١٨	١٤%
٢	متطلب كلية	٨ مقررات	١٧	١٣%
٣	متطلب التخصص	٣٣ مقررًا	٩١	٧٣%
	المجموع	٤٨ مقرر	١٢٦	١٠٠%

وتقدم هذه المتطلبات في ثمانية فصول دراسية، موزعة على النحو التالي:

- ١- الإعداد العام: ويتضمن (٣٥) وحدة دراسية تقدم للطلاب في المستوى الأول وحتى المستوى السابع.
- ٢- المسار التخصصي: ويتضمن (٩١) وحدة دراسية تقدم للطلاب في المستوى الأول حتى المستوى الثامن.

ب - ترميز المقررات:

الرقم	المدة
المئات	السنة الأولى ١ السنة الثانية ٢ السنة الثالثة ٣ السنة الرابعة ٤ وهي في خانة المئات مما يعني أن أي مادة يكون رقمها الأول من اليسار ٣ فإنها تقدم في السنة الثالثة.
العشرات (١٠، ٢٠،)	١٠ ٢٠ وهي في خانة العشرات، مما يعني أن أي مادة يكون رقمها الأوسط ٢ فإنها تخصصية وتأخذ التخصصات التي يتم افتتاحها بعد ذلك التسلسل (٣٠، ٤٠، ٥٠.....)
الأحاد (١، ٢، ٣، ٤) (٦، ٧، ٨، ٩)	الأرقام من ١-٥ للمواد التي تقدم في الفصل الأول والثالث والخامس والسابع من العام الدراسي. الأرقام من ٦-٩ للمواد التي تقدم في الفصل الرابع والسادس من العام الدراسي. وهي في خانة الأحاد، مما يعني أن أي مادة تكون رقمها الأخير من اليمين ٣ فإنها تخص الفصل الدراسي الأول من السنة الدراسية.
مواد الإعداد التخصصي العام	تبدأ بالرقم والرمز ٢٠١ خاص إلى ٢٠٩ حسب السنة الدراسية.



مقررات قسم الإعلان والاتصال التسويقي (الخطة الجديدة)

المستوى الأول				المستوى الثاني			
الترميز الرقمي	الترميز الاسمي	المقرر	الوحدات	الترميز الرقمي	الترميز الاسمي	المقرر	الوحدات
١٠١	قرأ	القرآن الكريم	١	١٠١	ترخ	السيرة النبوية	٢
١٠٢	عقد	التوحيد	٢	١٥٩	نحو	النحو	٢
١٠٤	نحو	النحو	٢	١٠٣	علم	مهارات التحرير الإعلامي	٢
١٠١	علم	الإعلام السعودي	٢	١٠٤	علم	فلسفة الاعلام	٢
١٠٢	علم	مدخل إلى الاتصال	٣	٣٤٤	دار	مبادئ التسويق	٣
٢٥٣	دار	مبادئ الإدارة	٢	١١٢	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (١)	٣
١١١	سوق	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٢	١١٣	سوق	أسس الإعلان واقتصادياته	٣
المجموع			١٤	المجموع			١٧
المستوى الثالث				المستوى الرابع			
١٥١	قرأ	القرآن الكريم	١	٢٥٠	فقه	الفقه	٢
٢٠٥	علم	منهج البحث الإعلامي	٢	٢٠٨	علم	الإحصاء التطبيقي	٢
٢٠٦	علم	نظريات الاتصال	٢	٢٢١	سوق	تحرير الإعلان	٢
٢١٤	سوق	إدارة الإعلان والتسويق	٢	٢١٨	سوق	تخطيط وسائل الإعلان	٢
٢١٥	سوق	برامج التصميم الحاسوبية(٢)	٣	٢١٩	سوق	التسويق الالكتروني	٢
٢١٦	سوق	قوانين الإعلان وأخلاقياته	٣	٢٢٠	سوق	تصميم الإعلان المطبوع وتحريره	٣
٢١٧	سوق	برامج تنشيط للمبيعات	٢	٢٢١	سوق	سلوك المستهلك	٢
المجموع			١٥	المجموع			١٥
المستوى الخامس				المستوى السادس			
٣٠١	قرأ	القرآن الكريم	١	١٠٢	ترخ	تاريخ المملكة	٢
٤٥٣	تقف	الثقافة الإسلامية	٢	٣٣٠	سوق	تخطيط الحملات الإعلانية	٣
٣٠٨	علم	الرأي العام	٢	٢١٩	علق	إدارة علاقات العملاء	٣
٣٢٧	سوق	تصميم الإعلان المرئي وتحريره	٤	٣٣٢	سوق	إدارة وكالات الإعلان	٢
٣٢٨	سوق	الاتصال التسويقي المتكامل	٣	٣٣٣	سوق	تصميم الإعلان الالكتروني	٣
٣٢٩	سوق	البيع الشخصي	٢	٣٣٤	سوق	بحوث الإعلان والتسويق	٣
٢١٦	صحف	الخبر الصحفي	٤	٣٢٣	علق	العلاقات العامة التسويقية	٣
المجموع			١٨	المجموع			١٩
المستوى السابع				المستوى الثامن			
٤٥١	قرأ	القرآن الكريم	١	٤٤٢	سوق	مشروع تخرج	٤
٤٣٦	سوق	تخطيط حملات الاتصال التسويقي	٤	٤٤٣	سوق	تدريب تعاوني	٨
٤٣٧	سوق	إدارة العلامة التجارية	٢				
٤٣٨	سوق	التسويق الاجتماعي	٢				
٤٣٩	سوق	حالات دراسية	٣				
٤٤٠	سوق	التسويق الدولي	٣				
٤٤١	سوق	القياس التسويقي	٢				
المجموع			١٧	المجموع			١٢



الخطة الدراسية لقسم الإعلان والاتصال التسويقي وفقاً للمتطلبات السابقة

الترميز الرقمي	الترميز الاسمي	المقرر	الوحدات	المتطلب السابق
١٠١	علم	الإعلام السعودي	٢	
١٠٢	علم	مدخل إلى الاتصال	٣	
٢٥٣	دار	مبادئ الإدارة	٢	
١١١	سوق	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٢	
١٠٣	علم	مهارات التحرير الإعلامي	٢	
١٠٤	علم	فلسفة الإعلام	٢	
٣٤٤	دار	مبادئ التسويق	٣	دار ٢٥٣ مبادئ الإدارة
١١٢	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (١)	٣	
١١٣	سوق	أسس الإعلان واقتصادياته	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
٢٠٥	علم	منهج البحث الإعلامي	٢	
٢٠٦	علم	نظريات الاتصال	٢	
٢١٤	سوق	إدارة الإعلان والتسويق	٢	دار ٢٥٣ مبادئ الإدارة، دار ٣٤٤ مبادئ التسويق
٢١٥	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (٢)	٣	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبية (١)
٢١٦	سوق	قوانين الإعلان وأخلاقيته	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
٢١٧	سوق	برامج تنشيط المبيعات	٢	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي، دار ٣٤٤ مبادئ التسويق
٢٠٨	علم	الإحصاء التطبيقي	٢	علم ٢٠٥ منهج البحث الإعلامي
٢٢١	سوق	تحرير الإعلان	٢	علم ١٠٣ مهارات التحرير الإعلامي، سوق ٢١٧ أسس الإعلان واقتصادياته
٢١٨	سوق	تخطيط وسائل الإعلان	٢	سوق ٢١٧ أسس الإعلان واقتصادياته
٢١٩	سوق	التسويق الإلكتروني	٢	دار ٣٤٤ مبادئ التسويق
٢٢٠	سوق	تصميم الإعلان المطبوع وتحريره	٣	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبية (١)
٢٢١	سوق	سلوك المستهلك	٢	سوق ٢١٧ أسس الإعلان واقتصادياته
٣٠٨	علم	الرأي العام	٢	
٣٢٧	سوق	تصميم الإعلان المرئي وتحريره	٤	سوق ٢١٥ برامج التصميم الحاسوبية (٢)
٣٢٨	سوق	الاتصال التسويقي المتكامل	٣	سوق ٢١٨ تخطيط وسائل الإعلان
٣٢٩	سوق	البيع الشخصي	٢	سوق ١١٣ برامج تنشيط المبيعات
٢١٦	صحف	الخبر الصحفي	٤	علم ١٠٣ مهارات التحرير الإعلامي
٣٣٠	سوق	تخطيط الحملات الإعلانية	٣	سوق ٢١٨ تخطيط وسائل الإعلان، سوق ٣٢٧ تصميم الإعلان المرئي وتحريره
٢١٩	علق	إدارة علاقات العملاء	٣	
٣٣٢	سوق	إدارة وكالات الإعلان	٢	سوق ٢١٤ إدارة الإعلان والتسويق
٣٣٣	سوق	تصميم الإعلان الإلكتروني	٣	سوق ٢١٥ برامج التصميم الحاسوبية (٢)، سوق ٣٢٧ تصميم الإعلان المرئي وتحريره
٣٣٤	سوق	بحوث الإعلان والتسويق	٣	علم ٢٠٨ الإحصاء التطبيقي
٣٢٣	علق	العلاقات العامة التسويقية	٣	
٤٣٦	سوق	تخطيط حملات الاتصال التسويقي	٤	سوق ٣٢٨ الاتصال التسويقي المتكامل، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٣٧	سوق	إدارة العلامة التجارية	٢	سوق ٢١٤ إدارة الإعلان والتسويق، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٣٨	سوق	التسويق الاجتماعي	٢	سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٣٩	سوق	حالات دراسية	٣	سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية، سوق ٣٣٤ بحوث الإعلان والتسويق
٤٤٠	سوق	التسويق الدولي	٣	سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٤١	سوق	القياس التسويقي	٢	علم ٢٠٨ الإحصاء التطبيقي، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٤٢	سوق	مشروع تخرج	٤	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٣ التدريب التعاوني
٤٤٣	سوق	تدريب تعاوني	٨	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٢ مشروع التخرج



مرفق رقم (٣)

دليل متطلبات القبول بالبرنامج

أ - متطلبات القبول :

- يقبل البرنامج الحاصلين على شهادة الثانوية العامة القسم الأدبي أو العلمي أو ما يعادلها، وفق شروط القبول التي يعلنها القسم في فترات القبول للدراسة الجامعية في الجامعة.
- اجتياز الفصل التحضيري.

ب - متطلبات الحضور وإتمام البرنامج:

الحضور: ينبغي حضور الطالب ما لا يقل عن (٧٥ %) من مجموع محاضرات كل مقرر.

الانتقال من المستوى إلى الذي يليه: الحد الأدنى للنجاح في المقرر ٦٠ % .

إتمام البرنامج: إكمال متطلبات البرنامج (١٢٣ وحدة دراسية) .

المراجع: نظام مجلس التعليم العالي والجامعات ولوائحه.

لائحة الدراسات والاختبارات للمرحلة الجامعية.

ج توزيع درجات المقررات :

يكون مجموع الدرجات في كل مقرر من مقررات البرنامج (١٠٠ درجة)، موزعة علي النحو التالي:

المقررات النظرية:

(٧٠ %) درجة الاختبار النهائي.

(٣٠ %) درجة الأعمال الفصلية (الحضور والمشاركة في المحاضرة، العروض التقديمية، الاختبارات الشهرية، والتكليفات القرائية والبحثية خلال الفصل).

المقررات العملية:

(٥٠ %) درجة الاختبار النهائي.

(٥٠ %) درجة الأعمال الفصلية (التطبيقات العملية، التكاليف، الحضور والمشاركة في المحاضرة، العروض التقديمية، الاختبارات الشهرية).

د - إرشادات حول أنظمة الدراسة الجامعية:

تم الاعتماد في توضيح هذا الجانب على لائحة الدراسات والاختبارات للمرحلة الجامعية.

نظام الدراسة:

في حال تغيب الطالب عن حضور جميع المحاضرات لخمس عشرة يوماً متصلة أو ثلاثين يوماً متفرقة أو عن جميع اختبارات الفصل فإنه يطوى قيده من الجامعة لكونه (منقطعاً) ويلزمه التقدم بطلب إعادة القيد في الفصل التالي، ولا يمكن إعادة القيد إلا مرة واحدة خلال دراسة الطالب في الجامعة.



في حال وجود أعياد قهرية منعت الطالب من أداء الاختبارات فإنه يمكن التقدم إلى الكلية خلال أسبوعين من نهاية الاختبارات بطلب عقد اختبار (بديل) في أول الفصل التالي، ويخضع النظر في أعياد الطالب لقرارات المجالس المختصة.

يمكن للطالب التحويل من كلية إلى أخرى داخل الجامعة بشرط موافقة الكلية المحول إليها، وأن يمضي فصلاً دراسياً (متابعاً) أو (معتدراً) ويكون ذلك لمرة واحدة خلال دراسة الطالب في الجامعة.

الإنذار الأكاديمي يحصل عليه الطالب إذا انخفض معدله التراكمي عن (٢.٠٠) من (٥.٠٠) ويترتب على ذلك توقف المكافأة الشهرية عن الطالب، وفي حال تكرار الإنذار على الطالب للمرة الثالثة على التوالي يتم فصله أكاديمياً، وينظر حسابياً في إمكانية منحه فرصة لرفع معدله، إلى أن يحصل على الإنذار السادس، وإذا لم يمكن للطالب رفع معدله نظرياً فإنه يتم فصله نهائياً، كما أنه يفصل نهائياً إذا لم يتمكن من رفع معدله بعد الإنذار السادس.

على جميع الطلاب مباشرة معاملاتهم بأنفسهم، وفي حال تعذر ذلك فإنه يمكن إنابة الغير من خلال وكالة شرعية.

التأجيل والاعتذار:

يمكن للطالب التقدم بطلب تأجيل الدراسة أو الاعتذار عنها في حال عدم تمكنه من مواصلة الدراسة للأعياد الطارئة، ويسمح بذلك لفصلين متتاليين أو لثلاثة فصول متفرقة.

إجراءات إعادة القيد بعد الانقطاع أو الانسحاب أو التحويل من كلية إلى أخرى أو تأجيل الدراسة تتم في الأسبوعين الأول والثاني من الدراسة في كل فصل دراسي، ولا يقبل أي إجراء بعد هذا الموعد إلا في الفصل التالي.

إجراءات الاعتذار عن الدراسة تبدأ بعد نهاية الأسبوعين الأول والثاني من بداية الفصل الدراسي، وتستمر إلى ما قبل بداية الاختبارات النهائية بخمسة أسابيع في كل فصل دراسي.

حذف وإضافة المقررات:

يتم تسجيل جداول (المستجدين) من الطلاب آلياً ولا يسمح بالحذف من الجدول الدراسي للمستجدين من الطلاب، كما أنه يتم تسجيل جداول الطلاب (غير المستجدين) في كل فصل دراسي آلياً وفق مواعيد محددة تعلنها العمادة، ولكل طالب جدول خاص به، يمكن طباعته من خلال صفحة عمادة شؤون القبول والتسجيل في البوابة الإلكترونية للجامعة، وفي حال رغبة الطالب (غير المستجد) التعديل بالحذف أو الإضافة فعليه مراجعة مسجلي الكلية لإجراء المطلوب، وذلك وفق مواعيد محددة هي الأسبوعين الأول والثاني من الفصل الدراسي، ولا يمكن تجاوزها بأي حال.

يمكن أن تتم إجراءات الحذف والإضافة في الجداول الذاتية التي تعدها عمادة شؤون القبول والتسجيل.

ينصح الطالب بطباعة الخطة الدراسية للكلية المسجل فيها من خلال صفحة عمادة شؤون القبول والتسجيل في البوابة الإلكترونية للجامعة، ليسهل الاطلاع على المقررات المطالب بها في كل فصل دراسي، وهذه الخطة تتضمن أسماء المقررات ورموزها مقسمة على المستويات الدراسية.