



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



المملكة العربية السعودية

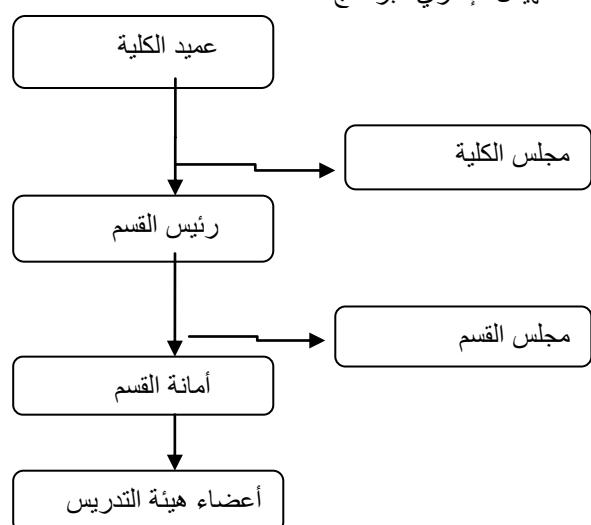
وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

١- المؤسسة : جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٢- الكلية/ الإعلام والاتصال
٣- العميد: الأستاذ الدكتور/ عبدالله بن محمد الرفاعي
٤- مخطط الهيكل الإداري للبرنامج



٥- الفروع أو المواقع التي تقدم هذا البرنامج:
الفرع/الموقع الأول يبني كلية الإعلام والاتصال بالمدينة الجامعية.

أ. التعريف بالبرنامج ومعلومات عامة عنه:

١- اسم البرنامج ورمز: الاتصال التسويقي والإعلان - سوق (٠٨٢٤)

٢- إجمالي عدد الساعات المعتدلة 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 المخرج التي تتوسط البرنامج والدرجات الممنوحة: لا توجد:

٦- الوظائف المهنية :

معيد .

محاضر.

باحث في مجال التسويق

موظف خدمات العملاء

موظف وكالة دعاية وإعلان

مدير العلاقات التجارية

موظف التسويق الدولي

مطّور المنتجات/موظف مبيعات



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

<input type="text"/>	التاريخ المعتمد للبدء	<input type="text"/> ٧- (أ) برنامج جديد
<input type="text"/>	السنة التي تمت بها أحدث مراجعة أساسية للبرنامج	<input type="text"/> ب) برنامج قائم
<ul style="list-style-type: none"> - الجهة المسؤولة عن إجراء آخر مراجعة أساسية : - اصة بالاعتماد: . نفذ مراجعة الاعتماد: - آخرون: 		
٨- منسق البرنامج أو رئيس القسم: الدكتور / عبد الله الحقيل - رئيس القسم		

٩- تاريخ الاعتماد من جهة مرخصة:		
<input type="text"/>	التاريخ	معتمد من
<input type="text"/> مقر الموقع الرئيسي والفرع		
<input type="text"/> الموقع الرئيسي:		

ب. بيئة البرنامج.

١- وضح الغرض من تدريس هذا البرنامج.	
<ul style="list-style-type: none"> - 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 إلى تطوير التعليم ووضع برامج متميزة حتى تحصل على منتج علمي متميز علمياً ومهارياً يكون عنصراً أساسياً في عملية التنمية 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 والمحفوظ، إضافة إلى التطورات التي شهدتها دراسة وتحليل نظريات الإعلان والاتصال الإنساني. - يجب أن توافق 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.أخذنا في الحسبان كافة المتغيرات المحيطة سواء بالطلاب أو المؤسسة التعليمية، أو بعضو هيئة التدريس، أو سوق ومتطلبات العمل. 	
<p>- اسباب تلك الحاجه :</p> <ul style="list-style-type: none"> - المراجعة التقويمية للبرنامج الحالي دعت إلى ضرورة التطوير وقد تضمنت القيام بعقد عدة ورش عمل للتعرف على المتطلبات الازمة لتطوير قسم الإعلان والاتصال التسويقي وورشة عمل خاصة بأعضاء هيئة التدريس بقسم الإعلان والاتصال التسويقي بكلية الإعلام والاتصال. 	



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

- 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. وضح علاقـة البرنامج برسـالة المؤسـسة وأهدافـها

يلبي البرنامج رسالة الجامعة التي تقوم على رعاية المعرفة والإبداع والقيم الأخلاقية للطلاب وليتمكنوا من تنمية المهارات القيادية وليكونوا قادرين على خدمة الوطن، من خلال توفير نشاطات البحث العلمي، وفي ضوء التعليم والقيم الإسلامية، و تقوم الجامعة على إحداث التكامل بين الالتزام وأجل المساهمة في بناء مجتمع العلم والمعرفة.

في ظل التطور الكمي النوعي الذي تشهده كثير من المجالات في المملكة العربية السعودية وما وافق إلى متخصصين في الاتصال التسويقي والإعلان في العالم بشكل عام والعالم العربي بوجه خاص، ومنها جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية _ في سـد هذا العـجز، والـمشاركة في تـنمية البـلـاد ، مـتـطلـباتـ التقـنيةـ الحديثـةـ وـتـلـيـةـ الحاجـاتـ التـنـمـيـةـ الـحـقـيقـيـةـ.

وتشير الإحصاءات والتجارب إلى حاجة سوق العمل إلى مؤهلين في مهارات التسويق والإعلان المؤسسة 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 تحرير العمل استيعابهم بكل يسر وسهولة

بعد البرنامج امتداداً طبيعياً لرسالة كلية الإعلام، حيث قربت التقنية الحديثة ما بين وسائل الإعلام والتكامل "integration" وبالتالي أصبحت الممارسة الإعلامية مرتبطة بالقرة

على إجادـةـ تقـنيـاتـ الحـاسـوبـ وـالـاتـصالـ بـحـيثـ أـصـبـحـ الـاتـصالـ التـسـويـقيـ وـالـإـعـلـانـ مـرـتكـزاـ رـئـيـساـ فـيـهـ للـمـخـرـجـاتـ وـهـوـ أـيـضاـ دـاعـمـ قـوـيـ لـبـقـيـةـ أـقـسـامـ الإـعـلـامـ ،ـ وـالـعـلـاقـاتـ الـعـامـةـ وـالـصـحـافـةـ وـالـنـشـرـ الـإـلـكـتـرـونـيـ .ـ وـتـطـوـيرـ قـسـمـ الـاتـصالـ التـسـويـقيـ وـالـإـعـلـانـ تـدـرـيـسـاـ نـوـعـيـاـ وـأـكـثـرـ تـخـصـصـيـةـ وـاحـتـرـافـاـ .ـ

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

وبالتالي فالقسم مرتبط ارتباطاً أساسياً بتخصص الإعلام ومرتبط برسالة الكلية ، ولرسالة جامعة الإمام رؤية القسم :

أن يحتل قسم الاتصال التسويقي والإعلان ، بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود اـلـمـنـاظـرـةـ فـيـ الـمـلـكـةـ وـالـعـالـمـ .ـ

رسـالةـ القـسـمـ :

التـأـهـيلـ الأـكـادـيـميـ وـالـمـهـنـيـ المـمـيـزـ لـلـكـفـاءـاتـ الـمـتـخـصـصـةـ فـيـ الـاتـصالـ التـسـويـقيـ وـالـإـعـلـانـ بـمـخـلـفـ مـجاـ



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

٢- علاقة البرنامج 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 الإجراءات التي أخذت لضمان تلبية هذه المقررات لاحتياجات الطلبة في البرامج الأخرى؟

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

من أمثلة العلاقة :

- مشاركة 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 فترات القبول للدراسة الجامعية في الجامعة.
- اجتياز الفصل التحضيري

لا

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

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

الأعمال التي ينبغي القيام بها لتلبية تلك الاحتياجات والخصائص :

تأهيل الملتحقين بالبرنامج بالمعارف والمهارات العامة في الإعلام والاتصال التسويقي بمستوى البكالوريوس، وهو الأمر الذي تجرب 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 الطالب بالفترة المسائية لانشغالهم بالعمل صباحاً، أو طلاب يعانون من إعاقات جسدية أو صعوبات تعلم أو أن إجادتهم للمهارات الحاسوبية أو اللغوية ضعيفة)

لا

نعم



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

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 ستحقق رؤية ورسالة القسم عن طريق الأهداف التالية:

أ- تقديم برنامج علمي متكامل في تخصصات 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.

- تزويذ الطالب بالمستجدات النظرية والتطبيقية في الاتصال التسويقي والإعلان

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

ب - قائمة التطورات الاستراتيجية لثلاث أو خمس سنوات قادمة:

• تزويذ الطالب بالمستجدات النظرية في الإعلان والاتصال التسويقي.

• تزويذ الطالب بالمستجدات التطبيقية في الإعلان والاتصال التسويقي.

• تزويذ الطالب بمهارات البحث العلمي، وإعداد الدراسات والبحوث الإعلامية .

• تهيئة الطالب 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 والإعلان والاتصال التسويقي.

نطويق 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 المتّبعة للوصول إلى كل هدف وغاية واذكر المؤشرات التي يقاس بها الإنجاز.

المؤشرات	الاستراتيجيات	أهم التغييرات أو التطورات
- إجراء الدراسات التقويمية والتربية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	- تشجيع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعلميين على حضور المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش التي تقام داخل البلد وخارجها. - دعم المشروعات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعلميين 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 والتربية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	إلاق محاضري القسم ومعيديه ببرامج تربوية على استخدام أحدث التقنيات والأساليب المهنية في المجالات الإعلامية المختلفة	تطوير الخبرات العلمية والتطبيقية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للاتصال التسويقي والإعلان
- إجراء الدراسات التقويمية والتربية. - 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 والتربية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	- تشجيع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعلميين بالقسم على حضور المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش التي تقام داخل البلد وخارجها. - دعم المشروعات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعلميين لاسيما تلك التي تتصل بالتأليف والترجمة	تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للاتصال التسويقي والإعلان



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

مقررات قسم الإعلان والاتصال التسويقي (الخطة الجديدة)

المستوى الثاني

الوحدات	المقرر	الترميز الاسمي	الترميز الرقمي
٢	السيرة النبوية	تخر	١٠١
٢	النحو	نحو	١٥٩
٢	مهارات التحرير الإعلامي	علم	١٠٣
٢	فلسفه الاعلام	علم	١٠٤
٣	مبادئ التسويق	دار	٣٤٤
٣	برامح التصميم الحاسوبية (١)	سوق	١١٢
٣	أسس الإعلان واقتصادياته	سوق	١١٣
١٧	المجموع		١٤

المستوى الأول

الوحدات	المقرر	الترميز الاسمي	الترميز الرقمي
١	القرآن الكريم	قرأ	١٠١
٢	التوحيد	عقد	١٠٢
٢	النحو	نحو	١٠٤
٢	الإعلام السعودي	علم	١٠١
٣	مدخل إلى الاتصال	علم	١٠٢
٢	مبدئ الإلادرة	دار	٢٥٣
٢	مدخل إلى الاتصال التسويقي	سوق	١١١
	المجموع		

المستوى الرابع

٢	الفقه	فقه	٢٥٠
٢	الإحصاء التطبيقي	علم	٢٠٨
٢	تحرير الإعلان	سوق	٢٢١
٢	تخطيط وسائل الإعلان	سوق	٢١٨
٢	التسويق الإلكتروني	سوق	٢١٩
٣	تصميم الإعلان المطبوع وتحريره	سوق	٢٢٠
٢	سلوك المستهلك	سوق	٢٢١
١٥	المجموع		١٥

المستوى الثالث

١	القرآن الكريم	قرأ	١٥١
٢	منهج البحث الإعلامي	علم	٢٠٥
٢	نظريات الاتصال	علم	٢٠٦
٢	إدارة الإعلان والتسويق	سوق	٢١٤
٣	برامج التصميم الحاسوبية (٢)	سوق	٢١٥
٣	قوانين الإعلان وأخلاقياته	سوق	٢١٦
٢	برامج تنشيط للمبيعات	سوق	٢١٧
	المجموع		

المستوى السادس

٢	تاريخ المملكة	تخر	١٠٢
٣	تخطيط الحملات الإعلانية	سوق	٣٣٠
٣	إدارة علاقات العملاء	علق	٢١٩
٢	إدارة وكالات الإعلان	سوق	٣٣٢
٣	تصميم الإعلان الإلكتروني	سوق	٣٣٣
٣	بحوث الإعلان والتسويق	سوق	٣٣٤
٣	العلاقات العامة التسويقية	علق	٣٢٣
١٩	المجموع		١٨

المستوى الخامس

١	القرآن الكريم	قرأ	٣٠١
٢	الثقافة الإسلامية	ثقف	٤٥٣
٢	الرأي العام	علم	٣٠٨
٤	تصميم الإعلان المائي وتحريره	سوق	٣٢٧
٣	الاتصال التسويقي للتكامل	سوق	٣٢٨
٢	البيع الشخصي	سوق	٣٢٩
٤	الخبر الصحفي	صحف	٢١٦
	المجموع		

المستوى الثامن

٤	مشروع تخرج	سوق	٤٤٢
٨	تدريب تعاوني	سوق	٤٤٣
١٢	المجموع		١٧

المستوى السابع

١	القرآن الكريم	قرأ	٤٥١
٤	تخطيط حملات الاتصال التسويقي	سوق	٤٣٦
٢	إدارة العلامة التجارية	سوق	٤٣٧
٢	التسويق الاجتماعي	سوق	٤٣٨
٣	حالات دراسية	سوق	٤٣٩
٣	التسويق الدولي	سوق	٤٤٠
٢	القياس التسويقي	سوق	٤٤١
	المجموع		



الخطة الدراسية لقسم الإعلان والاتصال التسويقي وفقاً للمتطلبات السابقة

الترميز الرقمي	الترميز الاسمي	المقرر	الوحدات	المطلب السابق
١٠١	علم	الإعلام السعودي	٢	
١٠٢	علم	مدخل إلى الاتصال	٣	
٢٥٣	دار	مبدئي الإدارة	٢	
١١١	سوق	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٢	
١٠٣	علم	مهارات التحرير الإعلامي	٢	
١٠٤	علم	فلسفة الإعلام	٢	
٣٤٤	دار	مبدئي التسويق	٣	دار ٢٥٣ مبدئي الإدارة
١١٢	سوق	برامج التصميم الحاسوبيّة (١)	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
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 مبدئي الإدارة، دار ٣٤٤ مبدئي التسويق
٢١٥	سوق	برامج التصميم الحاسوبيّة (٢)	٣	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبيّة (١)
٢١٦	سوق	قوانين الإعلان وأخلاقياته	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
٢١٧	سوق	برامج تشغيل المبيعات	٢	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي، دار ٣٤٤ مبدئي 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 مبدئي التسويق
٢٢٠	سوق	تصميم الإعلان المطبوع وتحريره	٣	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبيّة (١)
٢٢١	سوق	سلوك المستهلك	٢	سوق ٢١٧ أسس الإعلان واقتصادياته
٣٠٨	علم	رأي العام	٢	
٣٢٧	سوق	تصميم الإعلان المركزي وتحريره	٤	سوق ٢١٥ برامج التصميم الحاسوبيّة (٢)
٣٢٨	سوق	الاتصال التسويقي المتكامل	٣	سوق ٢١٨ تخطيط وسائل الإعلان
٣٢٩	سوق	البيع الشخصي	٢	سوق ١١٣ برامج تشغيل 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 المركزي 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 الحاسوبيّة (٢)، سوق ٣٢٧ تصميم الإعلان المركزي وتحريره
٣٣٤	سوق	بحوث الإعلان والتسويق	٣	علم ٢٠٨ إحصاء 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	العولي التسويقي	٢	علم ٢٠٨ إحصاء التطبيقي، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٤٢	سوق	مشروع تخرج	٤	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٣ التربوي التعلوني
٤٤٣	سوق	تدريب تعلوني	٨	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٢ مشروع التخرج



- د . هيكل البرنامج وتنظيمه:
١- توصيف البرنامج:

٢. مكونات الخبرة الميدانية المطلوبة:

<p>أ- التدريب التعاوني</p> <p>مشروع التخرج.</p> <p>أ- وصف مختصر لأنشطة الخبرة الميدانية</p> <p>يقوم الطالب بإنتاج مواد الإعلان وتحريره والتدريب في الشركات ووكالات التسويق والإعلان كما يعد الطالب مشروعًا للنجاح.</p> <p>ب- المرحلة أو المراحل التي يكلف فيها الطالب بالخبرة الميدانية في البرنامج؟ السنة الرابعة- الفصل الثاني.</p> <p>ج- الوقت المخصص والجدولة الزمنية :</p> <p>جزء من المقررات الفصلية.</p>
<p>د. عدد الساعات المعتمدة:</p> <p>- (١٢) أسبوعياً لمدة فصل دراسي كامل موزعة على النحو التالي:</p> <p>- مقرر مشروع التخرج (٤) ساعات.</p> <p>- التدريب التعاوني لمدة فصل دراسي كامل (٨) ساعة أسبوعياً.</p>
<p>٣. متطلبات المشاريع أو الأبحاث:</p> <p>أ. وصف مختصر:</p> <p>يختتم الطالب دراسته في البرنامج بتنفيذ مشروع عملٍ متكامل في المجال الذي يرغب به (الاتصال التسويقي والإعلان) ويقوم بتنفيذه بنفسه ويترجم من خلاله المعرفة والمهارات التي اكتسبها وقدراته على التخطيط والإعداد والتأليف والتنفيذ.</p>
<p>ب. مخرجات التعلم الرئيسية المستهدفة من التكليف بالمشروع أو البحث:</p> <ul style="list-style-type: none"> • القدرة على تحويل المعرفة النظرية إلى تطبيقات مهنية محترفة. • إجاده مهارات التخطيط والإعداد والتأليف والتنفيذ. • القدرة على وضع المعرفة والمهارات التي اكتسبها من البرنامج في تصورها العملي والعلمي السليم.
<p>ج- المرحلة أو المراحل التي يُكلف فيها الطالب في البرنامج بتنفيذ المشروع أو إجراء البحث: السنة الرابعة- الفصل الثاني.</p> <p>د- عدد الساعات المعتمدة: أربع ساعات.</p> <p>ه- الإرشاد الأكاديمي وأدوات الدعم المقدم للطالب:</p> <p>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.</p> <p>و- منهج التقويم : التقييم المستمر للطالب وفق الخطة التنفيذية، وتوزع الدرجات وفق ما يلي:</p>

الدرجة	الإجراء
%١٥	تقويم الفكرة من حيث جودتها وابتكارها وتميزها
%٢٠	تقويم خطة العمل من حيث دققتها 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 التقييم واستراتيجيات التدريس.



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

أساليب التقويم	استراتيجيات التدريس	مجالات التعلم وخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	ال المعارف
			1.0
<ul style="list-style-type: none"> - استخدام الاختبارات التحريرية. - المناقشات الصحفية. - تقييم العروض التقديمية. 	<ul style="list-style-type: none"> - التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. - التعلم القائم على الحوار والنقاش داخل الصف والأبحاث. 	<ul style="list-style-type: none"> - معرفة المفاهيم الأساسية للاتصال التسويقي والإعلان 	1.1
<ul style="list-style-type: none"> - استخدام الاختبارات التحريرية. - المناقشات الصحفية. - تقييم العروض التقديمية. 	<ul style="list-style-type: none"> - التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. - حل المشكلات علمياً وعملياً. - التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني" - التعلم القائم على الحوار والنقاش داخل الصف. - التعلم القائم على التفكير الناقد. - الأبحاث. - الواجبات المكتوبة. - تقديم العروض. - المحاكاة العلمية - والتطبيقية 	<ul style="list-style-type: none"> - معرفة أدوار ووظائف الاتصال التسويقي والإعلان 	1.2
<ul style="list-style-type: none"> - استخدام الاختبارات التحريرية. - المناقشات الصحفية. - تقييم العروض التقديمية 	<ul style="list-style-type: none"> - التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. - حل المشكلات علمياً وعملياً. - التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني" - التعلم القائم على الحوار والنقاش داخل الصف. - التعلم القائم على التفكير الناقد. - الأبحاث. - الواجبات المكتوبة. - تقديم العروض. - المحاكاة العلمية والتطبيقية 	<ul style="list-style-type: none"> - معرفة المعارف وال المجالات الأساسية للاتصال التسويقي والإعلان 	1.3
<ul style="list-style-type: none"> - استخدام الاختبارات التحريرية. - التطبيقات المعملية. - المناقشات الصحفية. - تقييم العروض التقديمية. 	<ul style="list-style-type: none"> - التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. - حل المشكلات علمياً وعملياً. - التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني". - التعلم القائم على الحوار والنقاش داخل الصف. - التعلم القائم على التفكير الناقد. - الأبحاث. - الواجبات المعملية. - الواجبات المكتوبة. - المحاكاة العلمية 	<ul style="list-style-type: none"> - معرفة النظريات العلمية والاتصالية التي تغرس عمل الإعلان والتسيير وكيفية ممارستها على أرض الواقع 	1.4



		والتطبيقية	المهارات الإدراكية	2.0
-	-	المحاضرات الصحفية. التدريبات العملية. حل المشكلات ودراسة الحالة. مجموعات النقاش الصغرى. التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	- - - - - -	- تطبيق المهارات الاتصالية في الإعلان والتسويق المستهدفة.
-	-	المحاضرات الصحفية. التدريبات العملية. حل المشكلات ودراسة الحالة. مجموعات النقاش الصغرى. التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	- - - - - -	- التمييز بين فنون الإعلان المختلفة ومتطلبات تنفيذها.
-	-	المحاضرات الصحفية. التدريبات العملية. حل المشكلات ودراسة الحالة. مجموعات النقاش الصغرى. التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	- - - - - -	- إنتاج مواد الإعلان والتسويق المختلفة. وتحليل موضوعات وقضايا الاتصال التسويقي المختلفة ويحدد اتجاهاتها.
-	-	المحاضرات الصحفية. التدريبات العملية. حل المشكلات ودراسة الحالة. مجموعات النقاش الصغرى. التغذية الراجعة لما يقوم به الطالب من أعمال	- - - - - -	- تحليل موضوعات وقضايا الإعلان المختلفة ويفيد اتجاهاتها. وامتلاك مهارات البحث العلمي.
مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية		3.0		
-	-	المشاركة في الأنشطة الجماعية الصحفية وغير الصحفية. تكوين فرق عمل لإنجاز المشاريع الإعلامية. توكيل الطلاب بالإشراف على الأنشطة غير الصحفية. تقديم الأدوار المهنية في الأنشطة التربوية في ميدان التسويق والإعلان	- - - - - -	القدرة على ممارسة مهارات التواصل الفعال. وتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين
-	-	القدرة على ممارسة مهارات التواصل الفعال. وتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين	3.1	



<p>ملاحظة تفاعل الطلاب في مواقف عملية مختلفة.</p> <p>تقدير أداء الطالب أثناء ممارسته للعمل الميداني.</p> <p>طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - المشاركة في الأنشطة الجماعية الصحفية وغير الصحفية. - تكوين فرق عمل لإنجاز المشاريع الإعلامية. - تكليف الطلاب بالإشراف على الأنشطة غير الصحفية. - تقصص الأدوار المهنية في الأنشطة التدريبية في ميادين الاتصال التسويقي. 	<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. 	3.2
مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية			4.0
<p>الاختبارات التحريرية والعملية.</p> <p>تکلیف الطالب بإنناج مواد ورسائل إعلامية باستخدام الوسائل التقنية الحديثة.</p> <p>تکلیف الطالب بإجراء البحث النظري والتطبيقي باستخدام الوسائل التقنية الحديثة</p> <p>تکلیف الطالب بتقديم عروض صافية وتزويدهم بالتجذية الراجعة التقويمية.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات الصحفية. - التدريبات العملية. - استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد 	<ul style="list-style-type: none"> - القدرة على استخدام الحاسوبات 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. 	4.1
<p>الاختبارات التحريرية والعملية.</p> <p>تکلیف الطالب بإنناج مواد ورسائل إعلامية باستخدام الوسائل التقنية الحديثة.</p> <p>تکلیف الطالب بإجراء البحث النظري والتطبيقي باستخدام الوسائل التقنية الحديثة</p> <p>تکلیف الطالب بتقديم عروض صافية وتزويدهم بالتجذية الراجعة التقويمية.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات الصحفية. - التدريبات العملية. - استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد 	<ul style="list-style-type: none"> - استخدام التقنية في إجراء العروض التقديمية لهدف مختلف. - القدرة على استخدام التقنية في التواصل مع الآخرين. - إقامة استخدام الأساليب والمعاملات الإحصائية في تحليل البيانات وتقسيرها للوصول إلى حلول مبدعة. 	4.2
المهارات النفس الحرية			5.0
<p>تقدير أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد.</p> <p>تقدير الطالب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - التدريب العملي. - المحاكاة وأداء الدور. - عرض مواد مسجلة مرئية ومسمعة تتضمن نماذج تطبيقية متميزة. - عرض أعمال الطلاب ومناقشتها بشكل جماعي. 	<ul style="list-style-type: none"> - القدرة على إنتاج وتصميم مواد العلاقات العامة المختلفة سواء كانت صحفية أو مسموعة، أو مسموعة مرئية. 	5.1
<p>تقدير أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد.</p> <p>تقدير الطالب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية</p>	<ul style="list-style-type: none"> - التدريب العملي. - المحاكاة وأداء الدور. - عرض مواد مسجلة مرئية ومسمعة تتضمن نماذج تطبيقية متميزة. - عرض أعمال الطلاب ومناقشتها 	<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. 	5.2



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

بشكل جماعي.



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

مصفوفة مخرجات تعلم البرنامج

السنة الأولى (الفصل الأول والثاني)

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



السنة الثانية (الفصل الثالث والرابع)

مقررات البرنامج

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		
															ال المعارف
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	الحقائق
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	المفاهيم
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	النظريات
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	الإجراءات
															المهارات الإدراكية
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	مهارات معرفية
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	تطبيق المهارات عند الطلب
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	التفكير الابتكاري وحل المشكلات
															2.3
															مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	مسؤولية الفرد عن تعلمها
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	المشاركة الجماعية والقيادة
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	التصريف بمسؤولية في المواقف الشخصية والمهنية
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	معايير السلوك الأدبية
															4.0
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	مهارات التواصل، وتقنيات المعلومات، والمهارات العددية
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	ال التواصل الشفوي والمكتوب
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	استخدام تقنية المعلومات
ق	م	ق	ق	م	ق	ق	م	ق	م	ق	م	ق	م	ق	مبادئ الرياضيات



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		
															ال المعارف
	د	ق	د	م	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	قراءة ٣٠١	1.0
	د	ق	د	د	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	الحقائق	1.1
	د	ق	د	د	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	المفاهيم	1.2
	د	ق	د	د	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	النظريات	1.3
	د	ق	د	د	م	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	الإجراءات	1.4
														المهارات الإدراكية	2.0
	د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	مهارات معرفية	2.1
	د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	تطبيق المهارات عند الطلب	2.2
	د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	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	مسؤولية الفرد عن تعلمها	3.1
	د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	المشاركة الجماعية والقيادة	3.2
	د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	التصريف بمسؤولية في المواقف	3.3
	د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	ق	ق	الشخصية والمهنية	3.3
	د	ق	د	د	د	د	ق	د	د	د	م	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	التواصل الشفوي والكتاب	4.1



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

	د	ق	د	د	د	د	د	ق	د	د	د	د	م	ق	ق	استخدام تقنية المعلومات	4.2
	د	ق	د	د	د	د	د	ق	د	د	د	د	م	ق	ق	مبادئ الرياضيات والإحصاء	4.3
																مهارات النفس حركية	5.0
	د	د	د	د	د	د	د	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	القدرة على إنتاج وتصميم مواد العلاقات العامة المختلفة	5.1
	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	ق	ق	ق	القدرة على محاكاة وتبادل أدوار وموافق وممارسات عملية في العلاقات العامة.	5.2
	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	ق	ق	ق	قياس قدرة الطالب على التعامل في المواقف التي تتطلب الحركة	3.5

السنة الرابعة (الفصل السابع والثامن)

مقررات البرنامج

مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية															
					علم ٤٤٣	سوق ٤٤٢	سوق ٤٤١	سوق ٤٤٠	سوق ٤٣٩	سوق ٤٣٨	سوق ٤٣٧	سوق ٤٣٦	فرأ ٤٥١	ال المعارف	1.0
					د	د	ق	د	د	د	د	د	د	الحقائق	1.1
					د	د	ق	د	د	د	د	د	د	المفاهيم	1.2
					د	د	ق	د	د	د	د	د	د	النظريات	1.3
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	الإجراءات	1.4
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	مهارات الإدراكية	2.0
					د	د	ق	د	د	د	د	د	د	مهارات معرفية	2.1
					د	د	ق	د	د	د	د	د	د	تطبيق المهارات عند الطلب	2.2
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	التفكير الابتكاري وحل المشكلات	2.3
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية	3.0
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	مسؤولية الفرد عن تعلمه	3.1
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	المشاركة الجماعية والقيادة	3.2
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	التصريف بمسؤولية في المواقف الشخصية والمهنية	3.3
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	معايير السلوك الأبية	4.3
					د	د	د	د	د	د	د	د	د	مهارات التواصل،	4.0





المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

٩. 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.

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

و فيما يلى 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.

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

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

المقررات العملية: يخصص كامل الدرجة للمشروع العملي، ويخصّص 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 المعتمد به في الجامعة (بنر) في تسجيل المقررات والخروج وتتولى عمادة القبول والتسجيل تقييد 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 بالتقدير المستقل أحد أقسام العلاقات العامة في الجامعات السعودية، أو الجامعات العربية.

هـ .الإدارة الطلابية ومساندة الطلبة.

١-الإرشاد الأكاديمي للطلبة.

- أ - الساعات المكتوبة لأعضاء هيئة التدريس: ساعتان أسبوعيا.
 - ب- الاستشارات الخاصة بخطيط البرنامج واختيار المواد الدراسية:
 - تعيين مشرف من أعضاء هيئة التدريس لكل طالب منذ بداية دخوله البرنامج وحتى تخرجه.
 - يحدد أستاذ المقرر ما لا يقل عن ساعتين مكتوبة أسبوعيا وذلك تبعاً لجدول محاضراته الأسبوعي من أجل تقديم المنشورة الأكاديمية لطلاب هذا المقرر
 - متابعة الأداء الأكاديمي للطالب.
- ج - التخطيط للسيرة المهنية (توجيه الطالب مهنيا)
- 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 للطالب.



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

٢- تظلم الطلبة:

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

<p>١- (أ) الإجراءات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لاختيار كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم وغيرها بما في ذلك المصادر الإلكترونية موقع الشبكة العنكبوتية، وإجراءات الحصول على ذلك:</p> <ul style="list-style-type: none"> - التنسيق مع المكتبة، ومركز بيع الكتب بالجامعة لتوفير الكتب والمراجع التي يحتاج إليها الطلاب في مجال التخصص. <p>١- (ب) الإجراءات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لاختيار مصادر التعلم الخاصة بالمكتبة والمعامل والحصول الدراسي، إجراءات الحصول على ذلك:</p> <ul style="list-style-type: none"> - التنسيق مع الجهات المختصة بالجامعة لتوفير مصادر المعلومات الإلكترونية. <p>٢- الإجراءات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لتقديم مدى ملاءمة ما يقدم من كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم:</p> <ul style="list-style-type: none"> - إجراء مسوحات لمعرفة قواعد المعلومات وتسهيل وصول الطلاب إليها. <p>٣- الإجراءات التي يتبعها الطلاب لتقديم مدى ملاءمة كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم المقدمة:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مقارنة المراجع والكتب المقررة مع مفردات المقررات الخاصة بتوصيف المقرر، وما يشرحه الأستاذ داخل القاعة. <p>٤- الإجراءات المتتبعة للحصول على كتب المقررات واعتمادها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - تقييم الكتب والمراجع من قبل لجان متخصصة للتأكد من مناسبتها لأهداف البرنامج بشكل عام وأهداف كل مقرر على حدة، على أن يتم ذلك بشكل دوري كل ثلاثة سنوات.

ج . 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 أكاديميًّا.
- إجراء المقابلات الشخصية لتقويم كفاءة وأهلية المتقدم لشغل وظيفة عضو هيئة التدريس.
- تعريف عضو هيئة التدريس المعين حديثًا بآنظامه ولوائح القسم والجامعة.
- المواءمة بين تخصص عضو هيئة التدريس والمقررات التي يقوم بها البرنامج.
- إجراء تقويم لأداء عضو هيئة التدريس خلال السنة الأولى من ممارسته لمهامه الأكademie والبحثية، وذلك قبل البت في تعيينه بشكل نهائي.

٢- 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 المقترنة للمشكلات.
- يعقد القسم حلقة نقاش سنوية لتقييم البرنامج، في ضوء ما يتوافر عليه من دراسات تقويمية، وبيانات إحصائية، وتقارير لأساتذة المقررات، ويخلص إلى ما يحتجبه 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 المتتبعة 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 يتواكب مع التطورات الحديثة في مجال العلاقات العامة

ب- تطوير جوانب مهنية :

- تحفيز أعضاء هيئة التدريس للمشاركة في المؤتمرات والندوات العلمية داخليًّا وخارجياً.
- عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس في استخدام التقنيات الحديثة في البحث العلمي.



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

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 يتوافق مع التطورات الحديثة في مجال العلاقات العامة.

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

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

٦- عمليات تقييم البرنامج وتطويره:

١- فاعالية التدريس.

- الإجراءات المتبعة لتقييم استراتيجية تطوير مخرجات التعلم في مجالات التعليم المختلفة وتطوير هذه الاستراتيجيات:
- بيانات إحصائية عن نتائج الطلاب نهاية كل فصل دراسي.
- استمار استقصاء طلابية لكل مقرر توزع نهاية كل فصل.
- تقارير لجنة متابعة وتقويم 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:

- استمار استقصاء طلابية لكل مقرر توزع نهاية كل فصل.
- تقارير الأداء الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس.
- مراجعة عينات مختارة من أعمال الطلاب وأختباراتهم 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:

- استمار 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 الفتنتين:

- 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 البحث 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.



المهيئة الوطنية للتقويم
والمعتمدة الإمامية

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

جدول مؤشرات الأداء الرئيسية للبرنامج وتقديرها

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

ينصح بإجراء تحليل في ضوء البيانات الفعلية كل سنتين



المهيئة الوطنية للتقويم
والأعتماد الأكاديمي

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

جدول خطة عمل البرنامج

الرقم	النوصيات	الاقتراحات العلمية	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 الفرقـة الأولى.			مدير شئون الطلاب		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٤	مراجعة نتائج طلاب الفرقـة الرابعة والسجلات الأكـاديمـة للناجـحين.			مدير شئون الطلاب.		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٥	مراجعة كشوف الذين أنهوا مرحلة الدراسات العليا ومقارنتها بتواريـخ التحاقـهم بالـبرنـامـج.			وكيل الكلية للدراسـات العـليـا.		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٦	استقصـاء أعداد الخريـجين الذين توظـفـوا في مـدة ٦ أشهر من التـخرج.					بعد نهاية كل سنة دراسية.
٧	مراجعة كشوف المقبولـين للـدراسـات العـليـا وتـوارـيخ تـرـجمـهم.			وكيل الكلية للدراسـات العـليـا.		قبل بداية الفصل الدراسي.
٨	توزيع استبانـة على أصحاب العمل والمـدرـاء في أماـكن عمل الخـريـجين لـمعـرـفة درـجة تـقيـيمـهم ورـضـامـهم عن مستـواـهم.			فريق الجودة		كل سـنة.
ينصح بأن تتم مراجـعة المـعـايـير كل سـنتـين ويـتم في ضـوـئـها تعـديـلـ الخـطـة.						



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

توقيعات معتمدة

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



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

مرفقات البرنامج

مرفق رقم (١)

الدليل الإرشادي لبرنامج قسم الاتصال التسويقي والإعلان

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

مرفق رقم (٢)

الدليل الإرشادي لقسم الاتصال التسويقي والإعلان- محتويات الدليل الإرشادي للقسم

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



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

مقدمة:

في ظل التطور الكمي النوعي الذي تشهده كثير من المجالات في المملكة العربية السعودية وما واكت 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 سد هذا العجز، والمشاركة في تنمية البلاد ومتطلبات تنفيذ الأعمال فيها وفق متطلبات التقنية الحديثة وتلبية الحاجات التنموية الحقيقة.

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 المواءمة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل، وهذا القسم تمثل جهداً جاداً من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تخريج طلاب وطالبات يستطيعون العمل استيعابهم بكل يسر وسهولة.

يعد البرنامج امتداداً طبيعياً لرسالة كلية الإعلام والاتصال ، حيث قررت التقنية الحديثة ما بين وسائل الإعلام وتقنيات الحاسوب لمستوى الاندماج والتكامل "integration" وبالتالي أصبحت الممارسة الإعلامية مرتبطة بالقدرة على إجاده تقنيات الحاسوب والاتصال بحيث أصبح التسويق والإعلان مرتكزاً رئيساً فيها. وعلاوة على حاجة سوق العمل للمخرجات وهو أيضاً داعم قوي لبقاء أقسام الإعلام ، العلاقات العامة والصحافة والنشر الإلكتروني والإذاعة والتلفزيون فتقنيات الحاسوب الآلي ومهارات التسويق والإعلان أحد أركانها الرئيسية، التي سيتم تدريسها بعد إيجاد قسم الصحافة والنشر الإلكتروني تدريساً نوعياً وأكثر تخصصية واحترافاً. وبالتالي فالقسم مرتبط ارتباطاً أساسياً بتخصص الإعلام ومرتبط بر رسالة 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 المختلفة.

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 دراستهم الجامعية والعلياً 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



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

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

شروط القبول في القسم لمرحلة البكالوريوس:

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

احتياز 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:

نوع المتطلب	م
متطلب جامعي	١
متطلب كلية	٢
متطلب التخصص	٣
المجموع	
	١٢٦
٧ مقررات	١٨
٨ مقررات	١٧
٣٣ مقررًا	٩١
٤٨ مقرر	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	المدلول
السنوات الدراسية (٤٠٠، ٣٠٠، ٢٠٠، ١٠٠)	السنوات الأولى ١ السنة الثانية ٢ السنة الثالثة ٣ السنة الرابعة ٤
المسارات (..... ٥٠، ٤٠، ٣٠، ٢٠، ١٠)	. ١٠ . ٢٠ وهي في خانة المئات مما يعني أن أي مادة يكون رقمها الاول من اليسار ٣ فإنها تقدم في السنة الثالثة.
الأحاد (٤٠٣٥، ٢٠١)	الأرقام من ٥-١ للمواد التي تقدم في الفصل الأول والثالث والخامس والسابع من العام الدراسي.
سلسل المواد في كل مسار (٩، ٨، ٧، ٦)	الأرقام من ٩-٦ للمواد التي تقدم في الفصل الرابع وال السادس من العام الدراسي.
مواد الإعداد التخصصي العام	وهي في خانة الأحاد، مما يعني أن أي مادة تكون رقمها الأخير من اليمين ٣ فإنها تخص الفصل الدراسي الأول من السنة الدراسية.
٢٠١ حسب السنة الدراسية.	تبدأ بالرقم والرمز ٢٠١ خاص إلى ٢٠٩



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

مقررات قسم الإعلان والاتصال التسويقي (الخطة الجديدة)

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



الخطة الدراسية لقسم الإعلان والاتصال التسويقي وفقاً للمتطلبات السابقة

الترميز الرقمي	الترميز الأسماي	المقرر	الوحدات	المطلب السابق
١٠١	علم	الإعلام السعودي	٢	
١٠٢	علم	مدخل إلى الاتصال	٣	
٢٥٣	دار	مبدئي الإدارة	٢	
١١١	سوق	مدخل إلى الاتصال التسويقي	٢	
١٠٣	علم	مهارات التحرير الإعلامي	٢	
١٠٤	علم	فلسفة الاعلام	٢	
٣٤٤	دار	مبدئي التسويق	٣	دار ٢٥٣ مبدئي الإدارة
١١٢	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (١)	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
١١٣	سوق	أسس الإعلان وأقصاليته	٣	دار ٢٥٣ مبدئي الإدارة، دار ٣٤٤ مبدئي التسويق
٢٠٥	علم	منهج البحث الإعلامي	٢	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبية (١)
٢٠٦	علم	نظريات الاتصال	٢	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
٢١٤	سوق	إدارة الإعلان والتسويق	٢	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي، دار ٣٤٤ مبدئي التسويق
٢١٥	سوق	برامج التصميم الحاسوبية (٢)	٣	دار ٢٥٣ مبدئي الإدارة، دار ٣٤٤ مبدئي التسويق
٢١٦	سوق	قوانين الإعلان وأخلاقياته	٣	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي
٢١٧	سوق	برامج تشغيل المبيعات	٢	سوق ١١١ مدخل إلى الاتصال التسويقي، دار ٣٤٤ مبدئي 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 وأقصاليته
٢١٨	سوق	تخطيط وسائل الإعلان	٢	سوق ٢١٧ أسس الإعلان وأقصاليته
٢١٩	سوق	التسويق الإلكتروني	٢	دار ٣٤٤ مبدئي التسويق
٢٢٠	سوق	تصميم الإعلان المطبوع وتحريره	٣	سوق ١١٢ برامج التصميم الحاسوبية (١)
٢٢١	سوق	سلوك المستهلك	٢	سوق ٢١٧ أسس الإعلان وأقصاليته
٣٠٨	علم	رأي 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 تشغيل المبيعات
٢١٦	صحف	الخبر الصحفى	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 الولي	٣	سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٤١	سوق	القبيل التسويقي	٢	علم ٢٠٨ الإحصاء التطبيقي، سوق ٣٣٠ تخطيط الحملات الإعلانية
٤٤٢	سوق	مشروع تخرج	٤	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٣ التدريب التعلوني
٤٤٣	سوق	تدريب تعلوني	٨	جميع المقررات التخصصية، ما عدا سوق ٤٤٢ مشروع تخرج



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال التسويقي والإعلان

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 على النحو التالي:

المقررات النظرية:

(٧٠ %) درجة الاختبار النهائي.

(٣٠ %) درجة الأعمال الفصلية (الحضور والمشاركة في المحاضرة، العروض التقديمية، الاختبارات الشهرية، والتکلیفات القراءیة والبحثیة خلال الفصل).

المقررات العملية:

(٥٠ %) درجة الاختبار النهائي.

(٥٠ %) درجة الأعمال الفصلية (التطبيقات العملية، التکالیف، 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 لخمسة عشر يوماً متصلة أو ثلاثة أيام متفرقة أو عن جميع اختبارات الفصل فإنه يطوى قيده من الجامعة لكونه (منقطعاً) ويلزمته التقدم بطلب إعادة القيد في الفصل التالي، ولا يمكن إعادة القيد إلا مرة واحدة خلال دراسة الطالب في الجامعة.



في حال وجود أذار قهريّة منعّت الطالب من أداء الاختبارات فإنه يمكن التقديم إلى الكلية خلال أسبوعين من نهاية الاختبارات بطلب عقد اختبار (بديل) في أول الفصل التالي، ويُخضع النّظر في أذار الطالب لقرارات المجالس المختصّة.

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

الإنذار الأكاديمي يحصل عليه الطالب إذا انخفض معدله التراكمي عن (٥٠٠٪) من (٢٠٠٪) ويترتب على ذلك توقف المكافأة الشهيرية عن الطالب، وفي حال تكرر 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 تمكّنه منمواصلة الدراسة للأذار الطارئ، ويسمح بذلك لفصليين متتاليين أو لثلاثة فصوص 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، وكل 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 تعودها عمادة شؤون القبول والتسجيل.

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