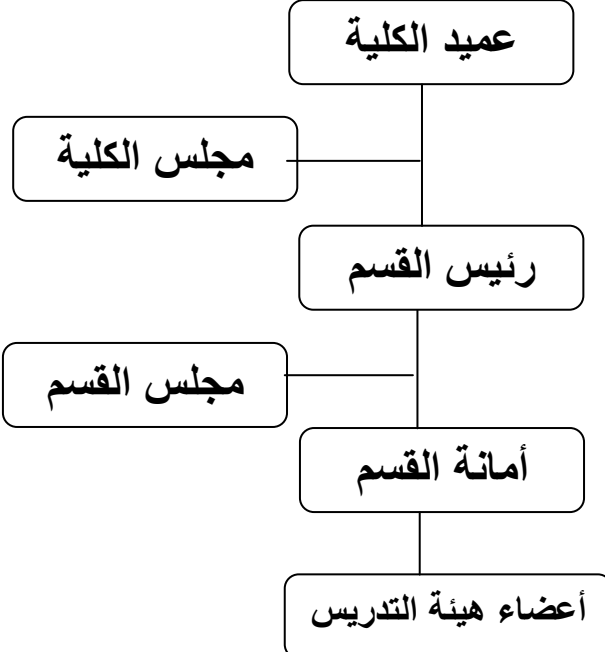


المملكة العربية السعودية  
وزارة التعليم  
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية  
كلية الإعلام والاتصال  
قسم الإعلان والاتصال التسويقي

# الخطة الدراسية لبرنامج الدكتوراه في قسم الإعلان والاتصال التسويقي

### توصيفات البرنامج

١- المؤسسة : جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية تاريخ التقرير: ١٤٣٦/٢/١٢ هـ
٢- الكلية/القسم: كلية الإعلام والاتصال قسم الإعلان والاتصال التسويقي
٣- العميد: أ.د/ عبد الله بن محمد الرفاعي
٤- وضّح مخطط الهيكل الإداري للبرنامج:
 <pre> graph TD     A[عميد الكلية] --- B[رئيس القسم]     A --- C[مجلس الكلية]     B --- D[مجلس القسم]     B --- E[أمانة القسم]     E --- F[أعضاء هيئة التدريس]         </pre>
٥- اذكر جميع 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 ورمزه. دكتوراه الإعلان والاتصال التسويقي سوق ٠٨٢٤ (دك)
٢- إجمالي عدد الساعات المعتمدة المطلوبة لإتمام البرنامج. ٣٠ ساعة
٣- الدرجة الممنوحة عند إتمام البرنامج. الدكتوراه في الإعلان والاتصال التسويقي
٤- المسارات الرئيسية أو التخصصات التي يشملها فلسفة الإعلان- فلسفة الاتصال التسويقي
٥- نقاط المخارج التي تتوسط البرنامج والدرجات الممنوحة: لا توجد



٦- الوظائف المهنية:

- تدريس المقررات المختلفة في مجالات الإعلان والاتصال التسويقي.
- باحث في مجالات الإعلان والاتصال التسويقي.
- استشاري في مجال الإعلان والاتصال التسويقي.
- مدير إدارة التسويق بالشركات والمؤسسات.
- مدير إدارة الإعلان بالشركات والمؤسسات.

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 (كأن تكون تابعة للمؤسسة نفسها أو غير ذلك)  
قسم الإعلان والاتصال التسويقي بكلية الإعلام والاتصال  
الجهة المسؤولة عن المراجعة الخاصة بالاعتماد: وكالة كلية الإعلام والاتصال للتطوير والجودة  
جهة أخرى: فريق عمل الجودة بالكلية برئاسة الأستاذ الدكتور/عبد الله الرفاعي - عميد الكلية، والدكتور/  
محمد بن سليمان الصبيحي - وكيل الكلية للتطوير والجودة، والأستاذ الدكتور/عبد الله بن صالح الحقييل-  
رئيس قسم الإعلان والاتصال التسويقي

٨- رئيس قسم الإعلان والاتصال التسويقي. أ.د/ عبد الله بن صالح الحقييل

٩- تاريخ الاعتماد من جهة مرخصة (وزارة التعليم العالي للمؤسسات الخاصة ومجلس التعليم العالي للمؤسسات العامة)

مقر الموقع الرئيسي والفرع	معتمد من	التاريخ
الموقع الرئيسي		
١: برنامج جديد		

## ب. بيئة البرنامج.

١- الغرض من تدريس هذا البرنامج.

- العناية بالدراسات الاتصالية والإعلامية والعمل على تأصيلها.
- تزويد الطلاب بمهارات البحث العلمي، وإعداد الدراسات والبحوث الإعلامية.
- تهيئة الطلاب ليكونوا قادرين على نقد وتحليل الظواهر والمشكلات الإعلامية وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها.

يُوهل البرنامج خريجه لمواكبة التطورات المذهلة في التقنيات المستخدمة في مجالات الإعلان والاتصال التسويقي، وهي المجالات التي يتزايد تأثيرها يوماً بعد يوم، في تشكيل آراء وتوجهات المستهلكين في كافة أرجاء العالم، الأمر الذي يتطلب وجود أشخاص مؤهلين ومزودين بأحدث المعارف والتقنيات والنظريات التي تتطور باستمرار في مجال الإعلان والاتصال التسويقي، بالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق الهدف من العملية الإعلانية والتسويقية، بأفضل الوسائل الممكنة، سواء كانت لأغراض تجارية أو غير هادفة للربح، الأمر الذي ينعكس بالضرورة إيجاباً على النواحي الاقتصادية للمؤسسات والشركات المختلفة.

ب. علاقة البرنامج برسالة المؤسسة وأهدافها.

يلبي البرنامج رسالة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية التي تقوم على رعاية المعرفة والإبداع والقيم الأخلاقية للطلاب والطالبات وأعضاء هيئة التدريس ليتمكنوا من تنمية المهارات القيادية وليكونوا قادرين على خدمة الوطن، من خلال توفير نشاطات نوعية متميزة في التعلم والتعليم والبحث العلمي، وفي ضوء التعاليم والقيم الإسلامية، وتقوم الجامعة على إحداث التكامل بين الالتزام الإسلامي والتميز الأكاديمي من أجل المساهمة في بناء مجتمع العلم والمعرفة. حيث يرتبط البرنامج ارتباطاً وثيقاً برسالة الجامعة بتأهيل خريجه للعمل الإعلامي الذي يرتقي بالمجتمع في ضوء التعاليم والقيم الإسلامية، الأمر الذي يعمل على تزويد مجالات الإعلان والاتصال التسويقي بالكوادر القادرة على إنتاج مواد إعلامية تحترم قيم وتعاليم الإسلام.



٢- علاقة البرنامج بالبرامج الأخرى التي تقدمها المؤسسة أو الكلية أو القسم (إن وجدت)  
يتكامل البرنامج مع غيره من برامج الدكتوراه التي تقدمها كلية الإعلام والاتصال، حيث يُؤهل الخريجين للعمل المهني الإعلامي، كما يشترك البرنامج مع البرامج الأخرى في تدريس المواد التالية:

- إحصاء المتغيرات المتعددة.
- تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية.
- تطبيقات ونماذج في البحوث الكيفية.
- بناء النظرية العلمية.

- كما يقدم هذا البرنامج مقررات دراسية يأخذها طلاب في برامج أخرى حسب ما يتطلب التخصص

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

نعم ☐ لا ☒

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

تم مراعاة ذلك في جدول الخطة الدراسية بحيث لا يمكن الطالب من المقرر إلا بعد اجتياز مطلب المقرر السابق.

ب- هل من متطلبات البرنامج مقررات تقدمها أقسام أخرى؟

نعم ☐ لا ☒

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

تم إعداد توصيف تلك البرامج بمعرفة القسم.

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؟

لا توجد

### ج. الرسالة والأهداف والغايات.

١- عبر عن رسالة البرنامج

إعداد الكفاءات الإعلامية المؤهلة علمياً وعملياً في مجالات الإعلان والاتصال التسويقي، وذلك من خلال:

- العناية بالدراسات الاتصالية والإعلامية والعمل على تأصيلها.
- تزويد الطلاب بمهارات البحث العلمي، وإعداد الدراسات والبحوث الإعلامية.
- تهيئة الطلاب ليكونوا قادرين على نقد وتحليل الظواهر والمشكلات الإعلامية وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها.

٢- الأهداف والغايات المحققة لرسالة البرنامج في الجدول

الأهداف والغايات	الاستراتيجيات الرئيسية	مؤشرات القياس
------------------	------------------------	---------------



- 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.	تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في مجالات الإعلان والاتصال التسويقي.	- إجراء الدراسات التكوينية والتتبعية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.
إلحاق محاضري القسم ومعيديه ببرامج تدريبية على استخدام أحدث التقنيات والأساليب المهنية في المجالات الإعلانية والتسويقية المختلفة.	تطوير الخبرات العملية والتطبيقية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للإعلان والاتصال التسويقي.	- إجراء الدراسات التكوينية والتتبعية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.
دخول القسم في شراكات وبرامج تعاون مهني مع المؤسسات الإعلانية والتسويقية المتقدمة داخل المملكة وخارجها.	تقليص الفجوة بين كلية الإعلام والمؤسسات المهنية للإعلام التي تمارس تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للإعلان والاتصال التسويقي.	- إجراء الدراسات التكوينية والتتبعية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.
- تشجيع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين بالمقسم 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 للإعلان والاتصال التسويقي.	- إجراء الدراسات التكوينية والتتبعية. - إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.

#### د. هيكل البرنامج وتنظيمه.

##### ١- توصيف البرنامج:

تكون الدراسة في هذا البرنامج بنظام المقررات الدراسية والرسالة وتتضمن الخطة الدراسية لبرنامج الدكتوراه (٣٠) ساعة معتمدة، موزعة على فصلين دراسيين وموزعة على متطلبات الكلية والتخصص، وذلك على النحو التالي:

م	نوع المتطلب	عدد المقررات	عدد الوحدات	النسبة المئوية
١	متطلب كلية	٤ مقررات	١١	٣٧%
٢	متطلب التخصص	٦ مقرر	١٩	٦٣%
	المجموع	١٠ مقرر	٣٠	١٠٠%

##### جدول خطة المقررات الدراسية

السنة	رمز المقرر	اسم المقرر	إجباري أم اختياري	عدد الساعات المعتمدة	الكلية أو القسم
السنة الأولى الفصل الأول					
	علم ٨١١	إحصاء المتغيرات المتعددة	إجباري	٣ ساعات	كلية الإعلام والاتصال
	علم ٨١٣	تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية	إجباري	٣ ساعات	كلية الإعلام والاتصال
	سوق ٨٢١	الأبعاد الثقافية للتسويق والإعلان	إجباري	٣ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
	سوق ٨٢٣	نظرية التسويق	إجباري	٣ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
	سوق ٨٢٥	نظرية الإعلان	إجباري	٣ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
إجمالي وحدات الفصل الأول ١٥ وحدة					
السنة الأولى الفصل الثاني					
	علم ٩١٢	بناء النظرية العلمية	إجباري	٣ ساعات	كلية الإعلام والاتصال
	علم ٩١٤	تطبيقات ونماذج في البحوث الكيفية	إجباري	ساعتان	كلية الإعلام والاتصال
	سوق ٩٢٢	التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق	إجباري	٤ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
	سوق ٩٢٤	قراءات تحليلية للقضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة	إجباري	٣ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
	سوق ٩٢٦	حالات دراسية في الحملات الإعلانية والتسويقية	إجباري	٣ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
إجمالي وحدات الفصل الثاني ١٥ وحدة					
إجمالي الوحدات الدراسية للبرنامج ٣٠ وحدة دراسية تعادل ٤٠% في التقدير العام يضاف إليها الرسالة علمية بما يعادل ٦٠% في التقدير العام					
	سوق ٩٢٧	الرسالة علمية	إجباري	٦٠% في التقدير العام	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
الاختبار الشامل		اختبار تحريري وشفوي	إجباري	اجتياز فقط	قسم الإعلان والاتصال التسويقي



## ٢. مكونات الخبرة الميدانية المطلوبة. لا يوجد

أ-وصف مختصر لأنشطة الخبرة الميدانية لا يوجد
ب-ما المرحلة أو المراحل التي يكلف فيها الطالب بالخبرة الميدانية في البرنامج؟ لا يوجد
ج-الوقت المخصص والجدولة الزمنية لا يوجد
د. عدد الساعات المعتمدة (إن وجدت) لا يوجد

## ٣. متطلبات المشاريع أو الأبحاث

أ. وصف مختصر. بعد انتهاء الطالب من اجتياز الفصل الدراسي الأول بتقدير جيد جداً (بما يعادل ٥٠% من دراسته)، يقوم الطالب بتسجيل عنوان مقترح لرسالة الدكتوراه في القسم ويقوم بتنفيذه بنفسه ويترجم من خلاله المعرفة والمهارات التي اكتسبها وقدراته على التخطيط والإعداد والتحليل وتجميع المعلومات وعرضها واستخلاص النتائج والتنفيذ.
ب. مخرجات التعلم الرئيسية المستهدفة من التكليف بالمشروع أو البحث . <ul style="list-style-type: none"><li>القدرة على تحويل المعارف النظرية إلى تطبيقات مهنية محترفة.</li><li>إجادة مهارات التخطيط والإعداد والتأليف والتنفيذ.</li><li>القدرة على وضع المعارف والمهارات التي اكتسبها من البرنامج في تصورها العملي والعلمي السليم.</li></ul>
ج-ما المرحلة أو المراحل التي يُكَلَّف فيها الطالب في البرنامج بتنفيذ المشروع أو إجراء البحث؟ (في أي سنة أو فصل مثلاً) بعد اجتياز فصل دراسي
د-عدد الساعات المعتمدة. ٦٠% من التقدير العام
هـ-شرح للإرشاد الأكاديمي وآليات الدعم المقدم للطلاب. يختار كل طالب فكرة لبحثه، ويناقشها مع أحد الأساتذة في القسم، وبعد الاتفاق عليها يقدم الطالب خطة عملية للتنفيذ، ثم يبدأ في تنفيذ البحث بمتابعة دورية من قبل الأستاذ، ليكون البحث جاهزاً في نهاية الفصل الدراسي.

وشرح لمنهج التقييم (مع ذكر آلية التحقق من المعايير)  
يتم تقييم الرسالة من قبل اللجنة العلمية المشكلة لمناقشتها.

#### ٤ - مخرجات التعلم وفقاً لمجالات التعلم وأساليب التقييم واستراتيجيات التدريس.

أساليب التقييم	استراتيجيات التدريس	مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	
		المعارف	1.0
الاختبارات التحريرية المناقشات الصفية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية التعلم القائم على التفكير الناقد الواجبات المنزلية	يعرف الطلاب التحليل القائم على المتغيرات المتعددة وقضايا المنهجية.	1.1
الاختبارات العملية. التمارين والتكاليف المنزلية. تقييم العروض التقديمية	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية التعلم القائم على النشاط	يتعرف الطلاب على استعمال الحاسوب في تطبيق بعض الاختبارات الإحصائية.	1.2
الاختبارات التحريرية. التمارين والتكاليف المنزلية. المناقشات الصفية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية التعلم القائم على التفكير الناقد الواجبات المنزلية	يحدد الطالب أهم التطورات العلمية لمكونات البحوث الكمية.	1.3
الاختبارات التحريرية. المناقشات الصفية. تقييم العروض التقديمية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني" العروض التقديمية لخطة مشاريع بحثية.	يتعرف على نماذج بحثية كمية مدروسة ويفحص عناصرها ويحلل أجزائها.	1.4
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد.	يعرف الطلاب بالتحديات المنهجية التي تواجه عمليات بناء النظرية الإعلامية وكيفية التصدي لها.	1.5



	الأبحاث.		
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على الحوار والمناقشة. الأبحاث.	يتعرف على التطورات العلمية في النظريات الإعلامية.	1.6
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على الحوار والمناقشة. الأبحاث.	يعرف ماهية البحوث الكيفية ومناهجها وتطبيقاتها.	1.7
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. الأبحاث. تقديم العروض.	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية للتخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق.	1.8
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني". التعلم القائم على الحوار والمناقشة. الواجبات المكتوبة.	يحدد مهارات إدارة عمليات التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق.	1.9
الاختبارات التحريرية. التمارين والتكاليف المنزلية. المناقشات الصفية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية التعلم القائم على التفكير الناقد الواجبات المنزلية	يحدد المعارف اللازمة لفهم الثقافة وأبعادها وعمليات بنائها.	1.10
الاختبارات التحريرية. التكاليف المنزلية. المناقشات الصفية. تقديم العروض التقديمية	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية التعلم القائم على التفكير الناقد	يحدد العلاقة بين الثقافة والعملية الإعلانية والتسويقية وتحليلها.	1.11
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. الأبحاث. الواجبات المكتوبة.	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية لدراسة الحملات الإعلانية والتسويقية.	1.12
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. التعلم القائم على الحوار والمناقشة.	يتعرف على مكونات خطة الحملة الإعلانية ومصادرها.	1.13

	الأبحاث. الواجبات المكتوبة.		
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني". التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد. الأبحاث.	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية لتحليل القضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة.	1.14
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني". التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد. الأبحاث.	يتعرف على طرق تحليل ونقد قضايا إعلانية والتسويقية المعاصرة.	1.15
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني". التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد.	يحدد المعطيات اللازمة لفهم العملية الإعلانية على أنها نظرية.	1.16
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. التعلم القائم على الحوار والمناقشة. الأبحاث. الواجبات المكتوبة.	يعرف مفهوم النظرية الإعلانية والعناصر المكونة لها.	1.17
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني". التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد.	يحدد المراحل العليا من التفكير العلمي والمهني لدى الطلاب.	1.18
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني".	يعرف العمليات العلمية اللازمة لتكوين التفاصيل في بناء علمي متماسك وخالق.	1.19

	التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد.		
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد. الأبحاث.	يحدد المعطيات اللازمة لفهم العملية التسويقية على أنها نظرية.	1.20
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصفية. الأبحاث. الواجبات المكتوبة.	يتعرف على مفهوم النظرية التسويقية والعناصر المكونة لها.	1.21
المهارات الإدراكية			2.0
الاختبارات التحريرية الواجبات المنزلية المناقشات الصفية.	أسلوب حل المشكلات ودراسة الحالة. تحليل وتفسير المادة العلمية.	يميز بين نماذج وتطبيقات إحصاء المتغيرات المتعددة.	2.1
الاختبارات التحريرية الواجبات المنزلية المناقشات الصفية.	أسلوب حل المشكلات ودراسة الحالة. تحليل وتفسير المادة العلمية.	يحلل نماذج وتطبيقات البحوث الكيفية المختلفة ويحدد اتجاهاتها.	2.2
التكاليفات العملية.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يفسر التفاصيل في بناء علمي متماسك وخالق باستخدام العمليات العلمية والذهنية اللازمة.	2.3
الاختبارات التطبيقية.	حل المشكلات العلمية.	يميز بين نماذج وتطبيقات النظرية الإعلامية.	2.4
التكاليفات العملية.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يحلل نماذج النظرية الإعلامية.	2.5
التكاليفات العملية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل.	يشرح الطلاب المهارات الإدراكية المستهدفة في تطبيقات البحوث الكيفية.	2.6

	حل المشكلات العلمية.		
الاختبارات التحريرية الواجبات المنزلية المناقشات الصفية.	أسلوب حل المشكلات ودراسة الحالة. تحليل وتفسير المادة العلمية.	يميز بين نماذج وتطبيقات لتطبيقات ونماذج في البحوث الكمية.	2.7
التكليفات العملية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يوضح المهارات الإدراكية لتطبيقات ونماذج في البحوث الكمية.	2.8
التكليفات العملية.	التدريبات العملية. حل المشكلات العلمية.	يُفكر بشكل علمي ومنهجي.	2.9
التكليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يُحلل وينقد خطط استراتيجية إعلانية وتسويقية.	2.10
التكليفات العملية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يشرح عمليات التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق.	2.11
الاختبارات التحريرية المناقشات الصفية.	أسلوب حل المشكلات ودراسة الحالة. تحليل وتفسير المادة العلمية.	يعيد تنظيم العلاقة بين الثقافة والعملية الإعلانية والتسويقية وتحليلها.	2.12
المناقشات الصفية. العروض التقديمية.	أسلوب حل المشكلات ودراسة الحالة. تحليل وتفسير المادة العلمية.	يقيم عمليات التحليل المتقدمة التي تكشف الاستخدامات الثقافية في العملية الإعلانية التطبيقية.	2.13
التكليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يوضح عمليات التحليل المتقدمة التي تكشف الاستخدامات الثقافية في العملية الإعلانية التطبيقية.	2.14
التكليفات العملية. الاختبارات التطبيقية.	التدريبات العملية. ورش العمل.	يُحلل وينقد حالات واقعية لحملات إعلانية وتسويقية.	2.15

إعداد البحوث.	حل المشكلات العلمية.		
التكاليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يقدر أدوات وأساليب اتصالية لحملات إعلانية وتسويقية يصممونها.	2.16
التكاليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يُحلل القضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة وفقاً للأسس والمناهج والنظريات الرئيسة.	2.17
التكاليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يبتكر حلول وبدائل للمشكلات الإعلانية والتسويقية المعاصرة.	2.18
التكاليفات العملية. إعداد البحوث.	التدريبات العملية. حل المشكلات العلمية.	ينقد العملية الإعلانية على أنها نظرية.	2.19
التكاليفات العملية.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يُحلل العمليات العلمية والذهنية اللازمة لتركيب التفاصيل في بناء علمي متماسك وخلق.	2.20
الاختبارات التطبيقية. إعداد البحوث.	حل المشكلات العلمية.	يشرح العملية التسويقية على أنها نظرية.	2.21
مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية			
ملاحظة تفاعل الطلاب في مواقف مختلفة. تقويم أداء الطالب ومشاركاته الصفية. طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها. إجراء اختبار شفهي للطلاب أثناء تقييم التكاليفات الخاصة بكل منهم.	المشاركة في الأنشطة الجماعية الصفية وغير الصفية. تكوين فرق عمل لإنجاز الأعمال العلمية المشتركة. تكليف الطلاب بمشروعات تتطلب التعاون مع هيئات ومؤسسات وأفراد.	يحلل قدرته على ممارسة مهارات التعامل المثمر.	3.0
ملاحظة تفاعل الطلاب في	المشاركة في الأنشطة الجماعية	يدلل على تكوين علاقات إيجابية مع الآخرين.	3.1
ملاحظة تفاعل الطلاب في	المشاركة في الأنشطة الجماعية		3.2

3.3	يظهر العمل ضمن فريق.	الصفية وغير الصفية. تكوين فرق عمل لإنجاز الأعمال العلمية المشتركة. تكليف الطلاب بمشروعات تتطلب التعاون مع هيئات ومؤسسات وأفراد.	مواقف مختلفة. تقويم أداء الطالب ومشاركاته الصفية. طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها.
3.4	يدل على قدرته على قيادة فرق العمل الفني.	المشاركة في الأنشطة الجماعية الصفية وغير الصفية. تكوين فرق عمل لإنجاز الأعمال العلمية المشتركة. تكليف الطلاب بمشروعات تتطلب التعاون مع هيئات ومؤسسات وأفراد.	ملاحظة تفاعل الطلاب في مواقف مختلفة. طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها.
3.5	يشرح مسئولية البحث عن معلومات وفنيات جديدة لتنمية قدراته المعرفية ومهاراته المهنية.	المشاركة في الأنشطة الجماعية الصفية وغير الصفية. تكوين فرق عمل لإنجاز الأعمال العلمية المشتركة. تكليف الطلاب بأوراق عمل تتطلب البحث عن المعلومات والبيانات.	طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها. إجراء اختبار شفهي للطلاب أثناء تقييم التكاليف الخاصة بكل منهم.
3.6	يستعلم عن القضايا التي تتطلب الاهتمام ومعالجتها بالطريقة المناسبة على المستوى الفردي وضمن فريق عمل.	المشاركة في الأنشطة الجماعية الصفية وغير الصفية. استحضار التجارب والخبرات العملية السابقة من خلال عروض تقديمية. تكليف الطلاب بأوراق عمل تتطلب البحث عن المعلومات والبيانات.	طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها. إجراء اختبار شفهي للطلاب أثناء تقييم التكاليف الخاصة بكل منهم.
3.7	يثمن الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية للممارسة الإعلامية.	استحضار التجارب والخبرات العملية السابقة من خلال عروض تقديمية. تكليف الطلاب بمشروعات تتطلب التعاون مع هيئات ومؤسسات وأفراد.	ملاحظة تفاعل الطلاب في مواقف مختلفة. طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها.

	تكليف الطلاب بأوراق عمل تتطلب البحث عن المعلومات والبيانات.		
4.0	مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية		
4.1	<p>الاختبارات التحريرية والتطبيقية.</p> <p>تكليف الطلاب بإجراء البحوث وتكليفات باستخدام الوسائل التقنية الحديثة.</p> <p>تكليف الطلاب بتقديم عروض صفية وتزويدهم بالتغذية الراجعة التقييمية.</p>	<p>المحاضرات الصفية.</p> <p>التدريبات العملية.</p> <p>استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد.</p>	<p>يبحث باستخدام الإنترنت والحاسب الآلي والشبكات الاجتماعية في التواصل مع الآخرين.</p>
4.2	<p>تكليف الطلاب بتقديم عروض صفية وتزويدهم بالتغذية الراجعة التقييمية.</p>	المحاضرات الصفية.	<p>يشرح بالأدلة من خلال العروض التقديمية لتيسير عملية التواصل مع الجمهور.</p>
4.3	<p>تكليف الطلاب بإجراء البحوث وتكليفات باستخدام الوسائل التقنية الحديثة.</p>	استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد.	يبحث باستخدام التقنية في البحث العلمي.
5.0	المهارات النفسحركية		
5.1	<p>تقويم أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد.</p> <p>تقويم الطلاب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية.</p>	التدريب العملي	<p>يشرح بالأدلة استخدام الحاسب الآلي وملحقاته لتصفح الانترنت والاطلاع على الابحاث العلمية.</p>
5.2	<p>- تقويم أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد.</p> <p>- تقويم الطلاب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية.</p>	<p>- التدريب العملي.</p> <p>- المحاكاة وأداء الدور.</p> <p>- عرض مواد مسجلة مرئية ومسموعة تتضمن نماذج تطبيقية متميزة.</p> <p>- عرض أعمال الطلاب ومناقشتها بشكل جماعي.</p>	<p>يرسم مخططاً لأدوار اتصالية في العملية التسويقية والإعلانية</p>

مصفوفة مخرجات تعلم البرنامج

مقررات البرنامج										مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	
سوق ٩٢٦ حالات دراسية في الحملات الإعلانية والتسويقية	سوق ٩٢٤ قراءات تحليلية للنقل الإعلانية والتسويقية المعاصرة	سوق ٩٢٢ التخطيط الاستراتيجي لإعلان والتسويق	علم ٩١٤ تطبيقات ونماذج في البحوث الكيفية	بناء النظرية العلمية علم ٩١٢	سوق ٨٢٥ نظرية الإعلان	سوق ٨٢٣ نظرية التسويق	سوق ٨٢١ الأبعاد الثقافية للتسويق والإعلان	علم ٨١٣ تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية	إحصاء المتغيرات علم ٨١١		
										المعارف	1.0
-	-	-	ل	-	-	-	-	ل	ل	يعرف الطلاب التحليل القائم على المتغيرات المتعددة وقضاياها المنهجية.	1.1
-	-	-	ل	-	-	-	-	ل	ل	يتعرف الطلاب على استعمال الحاسوب في تطبيق بعض الاختبارات الإحصائية.	1.2
-	-	-	-	-	-	-	-	ل	-	يحدد الطالب أهم التطورات العلمية لمكونات البحوث الكمية.	1.3
-	-	-	-	-	-	-	-	ل	-	يتعرف على نماذج بحثية كمية مدروسة ويفحص عناصرها ويحلل أجزائها.	1.4
-	-	-	-	ل	م	م	-	-	-	يعرف الطلاب بالتحديات المنهجية التي تواجه عمليات بناء النظرية الإعلامية وكيفية التصدي لها.	1.3
-	-	-	-	ل	م	م	-	-	-	يتعرف على التطورات العلمية في النظريات الإعلامية.	1.4
-	-	-	ل	-	-	-	-	-	م	يعرف ماهية البحوث الكيفية ومناهجها وتطبيقاتها.	1.5



1.6	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية للتخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق.	-	-	-	م	م	-	-	-	-
1.7	يحدد مهارات إدارة عمليات التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق.	-	-	-	م	م	-	-	-	-
1.8	يحدد المعارف اللازمة لفهم الثقافة وأبعادها وعمليات بنائها.	-	-	-	-	-	د	-	-	-
1.9	يحدد العلاقة بين الثقافة والعملية الإعلانية والتسويقية وتحليلها.	-	-	-	-	-	د	-	-	-
1.10	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية لدراسة الحملات الإعلانية والتسويقية.	-	-	-	م	م	-	-	-	د
1.11	يتعرف على مكونات خطة الحملة الإعلانية ومصادرها.	-	-	-	-	-	-	-	-	د
1.12	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية لتحليل القضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة.	-	م	-	-	-	-	-	-	د
1.13	يتعرف على طرق تحليل ونقد قضايا الإعلان والتسويقية المعاصرة.	-	-	-	-	-	-	-	-	د
1.14	يحدد المعطيات اللازمة لفهم العملية الإعلانية على أنها نظرية.	-	-	-	د	-	-	-	-	-
1.15	يعرف مفهوم النظرية الإعلانية والعناصر المكونة لها.	-	-	-	د	-	-	-	-	-

1.16	يعرف العمليات العلمية اللازمة لتركيب التفاصيل في بناء علمي متماسك وخلق.	-	م	م	م	م	د	د	-	-	-	-
1.17	يحدد المعطيات اللازمة لفهم العملية التسويقية على أنها نظرية.	-	-	-	د	-	-	-	-	-	-	-
1.18	يتعرف على مفهوم النظرية التسويقية والعناصر المكونة لها.	-	-	-	د	-	-	-	-	-	-	-
2.0	المهارات الإدراكية											
2.1	يميز بين نماذج وتطبيقات إحصاء المتغيرات المتعددة.	ق	ق	-	-	-	-	ق	ق	-	-	-
2.2	يحلل نماذج وتطبيقات البحوث الكيفية المختلفة ويحدد اتجاهاتها.	ق	ق	-	-	-	-	ق	ق	-	-	-
2.3	يفسر التفاصيل في بناء علمي متماسك وخلق باستخدام العمليات العلمية والذهنية اللازمة.	م	م	م	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق
2.4	يميز بين نماذج وتطبيقات النظرية الإعلامية.	-	-	-	م	م	ق	-	-	ق	-	-
2.5	يحلل نماذج النظرية الإعلامية.	-	-	-	م	م	ق	-	-	ق	-	-
2.6	يشرح الطلاب المهارات الإدراكية المستهدفة في تطبيقات البحوث الكيفية.	م	م	-	-	-	-	ق	-	-	-	-
2.7	يميز الطلاب بين نماذج وتطبيقات البحوث الكيفية.	م	م	-	-	-	-	-	ق	-	-	-

2.8	يوضح المهارات الإدراكية لتطبيقات ونماذج في البحوث الكمية.	م	ق	-	-	-	-	-	-	-
2.9	يُفكر بشكل علمي ومنهجي.	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق
2.10	يُحلل وينقد خطط استراتيجية إعلانية وتسويقية.	-	-	م	م	ق	ق	ق	ق	-
2.11	يشرح عمليات التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق.	-	-	م	م	ق	ق	ق	ق	-
2.12	يعيد تنظيم العلاقة بين الثقافة والعملية الإعلانية والتسويقية وتحليلها.	-	-	ق	-	-	-	-	-	-
2.13	يقيم عمليات التحليل المتقدمة التي تكشف الاستخدامات الثقافية في العملية الإعلانية التطبيقية.	-	-	ق	-	-	-	-	-	-
2.14	يوضح عمليات التحليل المتقدمة التي تكشف الاستخدامات الثقافية في العملية الإعلانية التطبيقية.	-	-	ق	-	-	-	-	-	-
2.15	يُحلل وينقد حالات واقعية لحملات إعلانية وتسويقية.	-	-	-	-	-	-	-	-	ق
2.16	يقيم أدوات وأساليب اتصالية لحملات إعلانية وتسويقية يصممونها.	-	-	-	-	-	-	-	-	ق
2.17	يُحلل القضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة وفقاً للأسس والمناهج والنظريات الرئيسية.	-	-	-	م	م	م	ق	ق	-
2.18	يبتكر حلول وبدائل للمشكلات الإعلانية والتسويقية المعاصرة.	-	-	-	-	-	-	-	-	ق

2.19	ينقد العملية الاعلانية على أنها نظرية.	-	-	-	-	ق	-	-	-	-
2.20	يُحلل العمليات العلمية والذهنية اللازمة لتركيبة التفاصيل في بناء علمي متماسك وخالق.	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق
2.21	يشرح العملية التسويقية على أنها نظرية.	-	-	-	-	ق	-	-	-	-
3.0	مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية									
3.1	يحلل قدرته على ممارسة مهارات التعامل المثمر.	د	د	د	د	د	د	د	د	د
3.2	يدلل على تكوين علاقات إيجابية مع الآخرين.	د	د	د	د	د	د	د	د	د
3.3	يظهر العمل ضمن فريق.	د	د	د	د	د	د	د	د	د
3.4	يدلل على قدرته على قيادة فرق العمل الفني.	د	د	د	د	د	د	د	د	د
3.5	يشرح مسئولية البحث عن معلومات وفنيات جديدة لتنمية قدراته المعرفية ومهاراته المهنية.	د	د	د	د	د	د	د	د	د
3.6	يستعلم عن القضايا التي تتطلب الاهتمام ومعالجتها بالطريقة المناسبة على المستوى الفردي وضمن فريق عمل.	د	د	د	د	د	د	د	د	د
3.7	يثمن الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية للممارسة الاعلامية.	د	د	د	د	د	د	د	د	د
4.0	مهارات التواصل،									

										وتقنية المعلومات، والمهارات العددية	
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	4.1	يبحث باستخدام الإنترنت والحاسب الآلي والشبكات الاجتماعية في التواصل مع الآخرين.
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	4.2	يشرح بالأدلة من خلال العروض التقديمية لتيسير عملية التواصل مع الجمهور.
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	4.3	يبحث باستخدام التقنية في البحث العلمي.
										5.0	المهارات النفسحركية
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	5.1	يشرح بالأدلة استخدام الحاسب الآلي وملفاته لتصفح الانترنت والاطلاع على الابحاث العلمية.
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	5.2	يرسم مخططاً لأدوار اتصالية في العملية التسويقية والإعلانية

#### ٥. شروط القبول في البرنامج.

<p>- الضوابط والمعايير المعتمدة من قبل إدارة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.</p> <p>- يشترط للقبول بمرحلة (الدكتوراه) الحصول على تقدير (جيد جداً) على الأقل في مرحلة الماجستير إذا كانت من جامعة تمنحها بتقدير، ولمجلس عمادة الدراسات العليا بناءً على توصية مجلس القسم وتأييد مجلس الكلية إضافة شروط أخرى يراها ضرورية للقبول.</p> <p>- الحصول على شهادة الماجستير في الإعلان والاتصال التسويقي، وفق شروط القبول التي يعلنها القسم في فترات القبول للدراسة الجامعية في الجامعة.</p> <p>- اجتياز المقابلة الشخصية.</p>
---

#### ٦. متطلبات الحضور وإتمام البرنامج.

<p>أ. الحضور ينبغي حضور الطالب ما لا يقل عن (٧٥%) من مجموع محاضرات كل مقرر.</p>
---



ب. الانتقال من سنة إلى سنة.  
الحد الأدنى للنجاح في المقرر ٧٠ %.

ج. إتمام البرنامج أو متطلبات التخرج  
إكمال متطلبات البرنامج (٣٠ وحدة دراسية) + دراسة بحثية.

د. لوائح تقويم الطلاب والتحقق من قياس الأداء.

- التدقيق والمراجعة من قبل أستاذ المقرر.
- الاستعانة بمصححين خارجيين لمقررات مشابهة من أقسام خارج الجامعة ومراجعة عينة من أوراق الإجابات التي صححها عضو هيئة التدريس.
- مراجعة عينة من أوراق الإجابة المصححة من قبل لجنة خاصة بالقسم.
- 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.

هـ. الإدارة الطلابية ومساندة الطلبة.

١- الإرشاد الأكاديمي للطلبة.

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

٢- تظلم الطلبة.

- يتم النظر في شكاوى الطلاب وتظلماتهم في ضوء ما حددته اللائحة الموحدة لشؤون الطلاب في الجامعات السعودية.

ز. مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات.

- ١- (أ) ما الإجراءات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لاختيار كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم وغيرها بما في ذلك المصادر الإلكترونية مواقع الشبكة العنكبوتية، وما هي إجراءات الحصول على ذلك؟  
التنسيق مع المكتبة ومحال بيع الكتب بالجامعة لتوفير الكتب والمراجع التي يحتاج إليها الطلاب في مجال التخصص.
- ١- (ب) ما الإجراءات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لاختيار مصادر التعلم الخاصة بالمكتبة والمعامل والفصول الدراسية، وما إجراءات الحصول على ذلك؟  
التنسيق مع الجهات المختصة بالجامعة لتوفير مصادر المعلومات الإلكترونية.



٢- ما الإجراءات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم لتقويم مدى ملائمة ما يقدم من كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم؟ • 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.
٣- ما الإجراءات التي يتبعها الطلاب لتقويم مدى ملائمة كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعلم المقدمة؟ • إجراء مسح للكتب والمراجع الجديدة في مجال المقرر، وتحديد مدي تطور الكتابة في الموضوع.
٤- ما الإجراءات المتبعة للحصول على كتب المقررات واعتمادها؟ • إجراء مسوحات لمعرفة قواعد المعلومات وتسهيل وصول الطلاب إليها.

### ح. أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم.

#### ١-التعيين

• 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.

#### 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 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.
ت. آلية عمل اللجنة الاستشارية • تعرض خلاصات عملية التقويم تلك على مجلس القسم، للنظر فيها والتوصية 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 وتقييم الطلاب؟
  - ب- حث أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في الدورات التدريبية الموجهة لتنمية وتطوير مهاراتهم التدريسية والبحثية.
  - ج- عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس في استخدام التقنيات الحديثة في التدريس.
  - د- تطوير جوانب فنية أخرى تشمل المعرفة في البحث، وجوانب التطوير في مجال تدريسهم.
  - هـ- ب- تطوير جوانب مهنية أخرى مثل الاطلاع على الأبحاث التي تُجرى في المجالات التي يدرسونها والإلمام بالتطورات الحاصلة في هذه المجالات؟
  - و- ابتعاث عدد من المعيدين والمحاضرين للدراسة في الخارج بما يتواءم مع التطورات الحديثة في المجال الإعلامي.
  - ز- تحفيز أعضاء هيئة التدريس للمشاركة في المؤتمرات والندوات العلمية داخلياً وخارجياً.
  - ح- عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس في استخدام التقنيات الحديثة في البحث العلمي.

### ٤- إعداد أعضاء هيئة التدريس الجدد ومن في حكمهم.

- وصف عمليات التهيئة لتعريف وتعيين الأساتذة الجدد والأساتذة الزائرين والأساتذة غير المتفرغين لضمان استيعابهم للبرنامج ولدور المقررات التي يدرسونها بصفتها عناصر مكونة للبرنامج.
- اختيار وتعيين معيدين من الحاصلين على درجة البكالوريوس في الإعلام، بتفوق، والمؤهلين معرفياً ومهارياً، في صناعة الإعلام، بمجالاته النوعية المتعددة.
  - ابتعاث عدد من المعيدين والمحاضرين للدراسة في الخارج بما يتواءم مع التطورات الحديثة في المجال الإعلامي.

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

- يستهدف القسم ضمن خطته الاستراتيجية استقطاب أساتذة زائرين لخدمة أهداف القسم، وتحقيق وظائفه التعليمية والتدريبية، من الكفاءات المؤهلة في الجامعات السعودية 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. ما الاستراتيجيات المتبعة في البرنامج للحصول على تقييم للجودة العامة للبرنامج ولتحقيق مخرجات التعلم المستهدفة من:
١- الطلاب الحاليين وخريجي البرنامج؟ <ul style="list-style-type: none"><li>• استمارة استقصاء للطلاب المسجلين حالياً والذين تخرجوا من البرنامج.</li><li>• مجموعات التركيز للطلاب المسجلين حالياً والذين تخرجوا من البرنامج.</li></ul>
٢- مستشارون مستقلون أو مقيمون مستقلون أو كلا الفئتين؟ <ul style="list-style-type: none"><li>• إجراء دراسات علمية لتقويم مخرجات البرنامج من قبل وحدة الجودة في الكلية وباحثين مستقلين.</li><li>• التعرف على آراء القائمين على المؤسسات الإعلامية وغيرها في خريجي البرنامج.</li></ul>
٣- الموظفون أو غيرهم من أصحاب الشأن أو من الجميع؟ <ul style="list-style-type: none"><li>• إجراء دراسات علمية لتقويم مخرجات البرنامج من قبل وحدة البحوث في الكلية.</li><li>• التعرف على اتجاهات المؤسسات التي يعمل بها خريجو القسم، نحو معارف الخريجين ومهاراتهم الإعلامية.</li></ul>

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 ١٠ طالب	جديد	أستاذ لكل ١٥ طالب	٢٠ طالب لكل أستاذ		
المؤشر ٢	نسبة أعضاء هيئة التدريس الذين يحملون مؤهلات دكتوراه مصادق عليها	١٠٠% من عدد الأساتذة	جديد	٨٠% من عدد الأساتذة	٦٠% من عدد الأساتذة		
المؤشر ٣	نسبة الطلاب الداخلين بالبرامج الذين أكملوا بنجاح مقررات المستوى الأول والثاني في الحد الأدنى للوقت.	٧٠%	جديد	٦٥%	٧٠%		
المؤشر ٤	نسبة الطلاب الداخلين في البرامج الذين حصلوا على الدرجة في الحد الأدنى من الوقت.	٥٠%	جديد	٤٠%	٧٥%		
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 للدراسات العليا.		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 المستوى الأول والثاني.			وكيل الكلية للدراسات العليا.		بعد نهاية كل فصل دراسي.
٤	مراجعة نتائج قرارات منح درجات الماجستير ومقارنتها بتواريخ التحاق أصحابها.			وكيل الكلية للدراسات العليا.		بعد نهاية كل فصل دراسي.
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 الإعلان والاتصال التسويقي

توقيعات معتمدة

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



## مرفقات البرنامج

مرفق رقم (١)

الدليل الإرشادي لقسم الإعلان والاتصال التسويقي

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	اللوائح التنظيمية أو سياسات وضع الدرجات وتوزيعها (إن وجدت)	
١٢	عمليات التحقق من معايير الانجاز	
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 الإعلان والاتصال التسويقي  
محتويات الدليل الإرشادي للقسم.

الصفحة	المحتويات
	مقدمة
	نبذة عن القسم
	رؤية القسم
	رسالة القسم
	أهداف القسم
	شروط القبول في القسم
	الإطار العام للخطة الدراسية للقسم
	ترميز المقررات
	الخطة الدراسية التفصيلية موزعة على الفصول الدراسية
	متطلبات الحضور وإتمام البرنامج
	توزيع درجات المقرر الدراسي
	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 الإعلان والاتصال التسويقي 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 الإعلان والاتصال التسويقي التي يقدمها البرنامج، فلا تكاد تخلو مؤسسة إعلامية من الحاجة لمتخصصين في الإعلان والاتصال التسويقي ويفترض أن يسهم هذا القسم في الموائمة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل، وهذا القسم يمثل 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 الإعلان والاتصال التسويقي مرتكزاً رئيساً فيها، وعلاوة على حاجة سوق العمل للمخرجات وهو أيضاً داعم قوي لبقية أقسام الإعلام، العلاقات العامة والصحافة والنشر الالكتروني والإذاعة والتلفزيون والفيلم فتقنيات الحاسب الآلي ومهارات الإعلان والاتصال التسويقي أحد أركانها الرئيسية، وبالتالي فالقسم مرتبط ارتباطاً أساسياً بتخصص الإعلام ومرتبطة برسالة الكلية، ورسالة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

## رؤية القسم:

أن يحتل قسم الإعلان والاتصال التسويقي، 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 الإعلان والاتصال التسويقي 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 الإعلان والاتصال التسويقي، وتوظيف وسائل التقنية الحديثة في مجال التعليم، وتدريب منسوبي القسم والدارسين فيه على أفضل وسائل التعليم وتحقيق التفاعل الحيوي مع المجتمع ومؤسساته.
- إعداد الكفاءات المؤهلة علمياً ومهارياً في الإعلان والاتصال التسويقي، لخدمة العمل الإعلامي والمساهمة في دفع عجلة التنمية، كما يهدف البرنامج إلى وتوظيف التقنية الحديثة في التعليم والدراسات والبحوث في المجالات المختلفة.
- تزويد الطلاب بالمستجدات النظرية والتطبيقية في الإعلان والاتصال التسويقي.
- تهيئة الطلاب ليكونوا قادرين على نقد وتحليل الواقع التطبيقي والمشكلات وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها.

## شروط القبول في القسم لمرحلة الدكتوراه:

- الضوابط والمعايير المعتمدة في اللائحة الموحدة للدراسات العليا للجامعات السعودية.
- الحصول على شهادة الماجستير في الإعلان والاتصال التسويقي، وفق شروط القبول التي يعلنها القسم في فترات القبول للدراسة الجامعية في الجامعة.
- اجتياز المقابلة الشخصية.





## الإطار العام للخطة الدراسية لمرحلة

### الدكتوراه:

أ - الإطار العام للخطة الدراسية:

تتضمن الخطة الدراسية لبرنامج الدكتوراه (٣٠) ساعة معتمدة، موزعة على فصلين دراسيين موزعة على متطلبات الكلية والتخصص، وذلك على النحو التالي:

م	نوع المتطلب	عدد المقررات	عدد الوحدات	النسبة المئوية
١	متطلب كلية	٤ مقررات	١١	٣٧%
٢	متطلب التخصص	٦ مقرر	١٩	٦٣%
	المجموع	١٠ مقرر	٣٠	١٠٠%

ب- ترميز المقررات:

الرقم	المدلول
المئات (٨٠٠، ٩٠٠) الفصل الدراسي	الفصل الأول ٨ الفصل الثاني ٩ وهي في خانة المئات مما يعني أن أي مادة يكون رقمها الأول من اليسار ٩ فإنها تقدم في الفصل الدراسي الثاني.
العشرات (١٠، ٢٠.....) التخصص	وهي في خانة العشرات، مما يعني أن أي مادة يكون رقمها الأوسط ١ فإنها متطلب كلية، وأي مادة يكون رقمها الأوسط ٢ فإنها تخصصية.
الأحاد (١، ٣، ٥) (٢، ٤، ٦، ٨)	الأرقام من ١-٣-٥ للمواد التي تقدم في الفصل الدراسي الأول. الأرقام من ٢-٤-٦-٨ للمواد التي تقدم في الفصل الدراسي الثاني. وهي في خانة الأحاد، مما يعني أن أي مادة تكون رقمها الأخير من اليمين ٣ فإنها تخص الفصل الدراسي الأول من السنة الدراسية.



ج: مقررات مطلب القسم

م	اسم المقرر	الوحدات
١	الأبعاد الثقافية للتسويق والإعلان	٣
٢	نظرية التسويق	٣
٣	نظرية الإعلان	٣
٤	التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق	٤
٥	قراءات تحليلية للقضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة	٣
٦	حالات دراسية في الحملات الإعلانية والتسويقية	٣
	المجموع	١٩



الخطة الدراسية لبرنامج الدكتوراه بقسم الإعلان والاتصال التسويقي					
الفصل الدراسي الأول					
م	المقرر	الرمز الاسمي	الترميز الرقمي	المتطلبات السابقة	الوحدات
١	إحصاء المتغيرات المتعددة	علم	٨١١	الإحصاء التطبيقي (علم ٦١١)	٣
٢	تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية	علم	٨١٣	الإحصاء التطبيقي (علم ٦١١) مناهج البحوث الكمية (علم ٦١٣)	٣
٣	الأبعاد الثقافية للتسويق والإعلان	سوق	٨٢١	—	٣
٤	نظرية التسويق	سوق	٨٢٣	—	٣
٥	نظرية الإعلان	سوق	٨٢٥	—	٣
إجمالي وحدات الفصل الأول ١٥ وحدة					
الفصل الدراسي الثاني					
م	المقرر	الرمز الاسمي	الترميز الرقمي	المتطلبات السابقة	الوحدات
١	بناء النظرية العلمية	علم	٩١٢	إحصاء المتغيرات المتعددة (علم ٨١١) تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية (علم ٨١٣)	٣
٢	تطبيقات ونماذج في البحوث الكيفية	علم	٩١٤	مناهج البحوث الكيفية (علم ٧١٢)	٢
٣	التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق	سوق	٩٢٢	—	٤
٤	قراءات تحليلية للقضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة	سوق	٩٢٤	—	٣
٥	حالات دراسية في الحملات الإعلانية والتسويقية	سوق	٩٢٦	—	٣
إجمالي وحدات الفصل الثاني ١٥ وحدة					
إجمالي وحدات البرنامج ٣٠ وحدة دراسية					
إجمالي الوحدات الدراسية للبرنامج ٣٠ وحدة دراسية تعادل ٤٠% في التقدير العام يضاف إليها الرسالة علمية بما يعادل ٦٠% في التقدير العام					
سوق ٩٢٧	الرسالة علمية	إجباري	٦٠% في التقدير العام	قسم الإعلان والإتصال التسويقي	



### مرفق ٣ (دليل البرنامج)

#### دليل متطلبات القبول بالبرنامج

##### أ -متطلبات القبول:

- الضوابط والمعايير المعتمدة في اللائحة الموحدة للدراسات العليا للجامعات السعودية.
- يشترط للقبول بمرحلة (الدكتوراه) الحصول على تقدير (جيد جداً) على الأقل في مرحلة الماجستير إذا كانت من جامعة تمنحها بتقدير، ولمجلس عمادة الدراسات العليا بناءً على توصية مجلس القسم وتأييد مجلس الكلية إضافة شروط أخرى يراها ضرورية للقبول.
- الحصول على شهادة الماجستير في الإعلان والاتصال التسويقي، وفق شروط القبول التي يعلنها القسم في فترات القبول للدراسة الجامعية في الجامعة.
- اجتياز المقابلة الشخصية.

##### 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 ٧٠ %.

**إتمام البرنامج:** إكمال متطلبات البرنامج (٣٠ وحدة دراسية) + رسالة.

**المراجع:** نظام مجلس التعليم العالي والجامعات ولوائحه.

لائحة الدراسات العليا بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

##### ج توزيع درجات المقررات:

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

##### المقررات النظرية:

(٦٠%) درجة الاختبار النهائي.

(٤٠%) 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:

تم الاعتماد في توضيح هذا الجانب على لائحة الدراسات العليا بالجامعة.

### نظام الدراسة:

يعتبر الطالب منقطعاً عن الدراسة ويطوى قيده في الحالات الآتية:

- إذا كان مقبولاً للدراسة ولم يسجل في الوقت المحدد.
- في حال التسجيل في أحد الفصول وعدم مباشرته للدراسة لهذا الفصل.
- إذا انسحب الطالب من الدراسات العليا بناءً على رغبته ثم أراد العودة إليها طبقت عليه شروط الالتحاق وقت التسجيل الجديد.

### التأجيل والاعتذار:

يجوز بموافقة مجلس القسم المختص وعميدي الكلية والدراسات العليا تأجيل قبول الطالب على ألا تتجاوز مدة التأجيل فصلين دراسيين، ولا تحتسب مدة التأجيل ضمن الحد الأقصى لمدة الحصول على الدرجة.

يجوز بموافقة مجلس القسم المختص وعميدي الكلية والدراسات العليا تأجيل دراسة الطالب وفق ما يأتي:

- أن يكون الطالب قد اجتاز فصلاً دراسياً أو أكثر أو أنجز قدرًا مناسباً من الرسالة.
- ألا يتجاوز مجموع مدة التأجيل أربعة فصول دراسية (سنتين دراسيتين).
- أن يتقدم بطلب التأجيل قبل بداية الفصل الدراسي بما لا يقل عن أسبوعين.
- لا تحتسب مدة التأجيل ضمن الحد الأقصى لمدة الحصول على الدرجة.

يجوز أن يحذف الطالب جميع مقررات الفصل الدراسي وفق ما يأتي:

- أن يتقدم بطلب الحذف قبل الاختبار النهائي.
- موافقة مجلس القسم وعميدي الكلية والدراسات العليا.
- ألا يكون هذا الفصل الدراسي ضمن الفرص الإضافية.



- يحتسب هذا الفصل الدراسي ضمن مدد التأجيل المشار إليها سابقاً.

### إلغاء القيد وإعادته:

يلغى قيد الطالب بقرار من مجلس عمادة الدراسات العليا في الحالات الآتية:

- إذا تم قبوله في الدراسات العليا ولم يسجل في الفترة المحددة للتسجيل.
- إذا لم يجتز المقررات التكميلية وفق الشروط المنصوص عليها من عمادة الدراسات العليا.
- إذا انسحب أو انقطع عن الدراسة لمدة فصل دراسي دون عذر مقبول.
- إذا ثبت عدم جديته في الدراسة أو أخل بأي من واجباته الدراسية.
- إذا انخفض معدله التراكمي عن تقدير (جيد جداً) في فصلين دراسيين متتاليين.
- إذا تجاوز فرص التأجيل المحددة.
- إذا أخل بالأمانة العلمية سواءً في مرحلة دراسته للمقررات أو إعدادة للرسالة، أو قام بعمل يخل بالأنظمة والتقاليد الجامعية.
- إذا لم يجتز الاختبار الشامل - إن وجد - بعد السماح له بإعادته مرة واحدة.
- إذا قررت لجنة الحكم على الرسالة عدم صلاحيتها للمناقشة أو عدم قبولها بعد المناقشة.
- إذا لم يحصل على الدرجة خلال الحد الأقصى لمدتها.

يجوز في حالات الضرورة القصوى إعادة قيد الطالب الذي ألغي قيده إذا كان الحائل دون مواصلة دراسته ظروف قهرية يقبلها مجلسا القسم والكلية وتكون إعادة القيد بناءً على توصية من مجلس عمادة الدراسات العليا وبقرار من مجلس الجامعة مع مراعاة ما يأتي:

- الطالب الذي مضى على إلغاء قيده أكثر من ستة فصول دراسية يعامل معاملة الطالب المستجد بصرف النظر عما قطع سابقاً من مرحلة الدراسة.
- الطالب الذي مضى على إلغاء قيده ستة فصول دراسية أو أقل يعيد دراسة بعض المقررات التي يحددها له مجلسا القسم والكلية ويوافق عليها مجلس عمادة الدراسات العليا وتحتسب الوحدات التي درسها ضمن معدله التراكمي بعد استئنافه الدراسة كما تحتسب المدة التي قضاها الطالب في الدراسة قبل إلغاء قيده ضمن المدة القصوى للحصول على الدرجة.

### التحويل:

يجوز قبول تحويل الطالب إلى الجامعة من جامعة أخرى معترف بها بناءً على توصية مجلسي القسم والكلية وموافقة مجلس عمادة الدراسات العليا مع مراعاة ما يأتي:

- توافر شروط القبول في الطالب المحول وأي شروط أخرى يراها القسم ضرورية.
- ألا يكون الطالب مفصولاً من الجامعة المحول منها لأي سبب من الأسباب.



- يجوز احتساب عدد الوحدات الدراسية التي درسها سابقاً طبقاً للآتي:
  - أ - ألا يكون قد مضى على دراسته للوحدات المعادلة أكثر من ستة فصول دراسية.
  - ب - أن تتفق من حيث الموضوع مع متطلبات البرنامج المحول إليه.
  - ج - ألا تتعدى نسبة هذه الوحدات ثلاثين في المائة من وحدات البرنامج المحول إليه.
  - د - ألا يقل تقديره في الوحدات المعادلة عن (جيد جداً).
  - هـ - لا تدخل الوحدات المعادلة ضمن حساب المعدل التراكمي.
  - و - تكون المعادلة بتوصية من مجلس القسم الذي يتبعه المقرر وموافقة مجلسي الكلية وعمادة الدراسات العليا.
- يجوز تحويل الطالب من تخصص إلى آخر داخل الجامعة بناءً على توصية مجلسي القسم المحول إليه والكلية وموافقة مجلس عمادة الدراسات العليا مع مراعاة ما يأتي:
- توافر شروط القبول في الطالب المحول وأي شروط أخرى يراها القسم ضرورية.
- يجوز احتساب الوحدات الدراسية التي سبق دراستها في الجامعة إذا رأى القسم المختص أنها مطابقة للبرنامج الذي يريد التحول إليه وتدخل ضمن معدله التراكمي.
- ألا يكون الطالب قد ألغي قيده لأي من الأسباب الواردة في المادة (٢٦) من هذه اللائحة.
- تحتسب المدة التي قضاها الطالب في البرنامج المحول منه ضمن المدة القصوى المحددة للحصول على الدرجة.
- يكون التحويل من برنامج إلى آخر لمرة واحدة خلال المدة المحددة للحصول على الدرجة.



## نظام الدراسة:

- المدة المقررة للحصول على درجة الدكتوراه لا تقل عن ستة فصول دراسية، ولا تزيد عن عشرة فصول دراسية، ولا تحسب الفصول الصيفية ضمن هذه المدة.
- تحسب المدة القصوى للحصول على الدرجة العلمية من بداية التسجيل في مقررات الدراسات العليا وحتى تاريخ تقديم المشرف على الطالب تقريراً إلى رئيس القسم مرفقاً به نسخة من الرسالة، أو أي متطلبات أخرى لبرنامجها.
- لا تقل عدد الوحدات الدراسية التي يدرسها طالب الدراسات العليا في الجامعة التي ستمنحه الدرجة العلمية عن سبعين في المائة من عدد الوحدات المطلوبة، كما يجب أن يقوم بالإعداد الكامل لرسائله تحت إشرافها.
- لا يتخرج الطالب إلا بعد إنهاء متطلبات الدرجة العلمية، وبمعدل تراكمي لا يقل عن (جيد جداً).
- يتم إجراء الاختبارات في مقررات الدراسات العليا لنيل درجة الدكتوراه ورصد التقديرات، وفقاً للائحة الدراسة والاختبارات للمرحلة الجامعية الصادرة من مجلس التعليم العالي في جلسته الثانية المعقودة بتاريخ ١٤١٦/٦/١١ هـ فيما عدا ما يأتي:
- لا يعتبر الطالب ناجحاً في المقرر إلا إذا حصل فيه على تقدير (جيد) على الأقل.
- يكون لكل طالب دراسات عليا مرشد علمي مع بداية التحاقه بالبرنامج لتوجيهه في دراسته ومساعدته في اختيار موضوع الرسالة وإعداد خطة البحث وفق القواعد المعتمدة من مجلس الجامعة بناءً على توصية مجلس عمادة الدراسات العليا.
- على طالب الدراسات العليا بعد إنهاء جميع متطلبات القبول واجتيازه خمسين في المائة على الأقل من المقررات الدراسية وبمعدل تراكمي لا يقل عن (جيد جداً) التقدم بمشروع الرسالة - إن وجدت - إلى القسم، وفي حال التوصية بالموافقة عليه يقترح مجلس القسم اسم المشرف على الرسالة والمشرف المساعد - إن وجد - أو أسماء أعضاء لجنة الإشراف مع تحديد رئيسها، ويرفع بذلك إلى مجلس الكلية، ومجلس عمادة الدراسات العليا للموافقة عليه بناءً على تأييد مجلس الكلية.
- تكتب رسائل الدكتوراه باللغة العربية، ويجوز أن تكتب بلغة أخرى في بعض التخصصات بقرار من مجلس الجامعة بناءً على توصية مجلسي القسم والكلية ومجلس عمادة الدراسات العليا، على أن تحتوي على ملخص واف لها باللغة العربية.
- إذا ثبت عدم جدية الطالب في الدراسة أو أخل بأي من واجباته الدراسية بناءً على تقرير من المشرف على دراسته يتم إنذار الطالب بخطاب من القسم المختص، وإذا أُنذر الطالب مرتين ولم يتلاف أسباب الإنذار فلمجلس عمادة الدراسات العليا بناءً على توصية مجلس القسم إلغاء قيده.





#### مرفق (٤)

##### الوائح التنظيمية وسياسات وضع الدرجات

تحتسب التقديرات التي يحصل عليها الطالب في كل مقرر كما يلي:

الدرجة المنشوة	التقدير	رمز التقدير	وزن التقدير من (٥)	وزن التقدير من (٤)
٩٥-١٠٠	ممتاز مرتفع	أ+	5.0	4.0
٩٥ إلى أقل من ٩٥	ممتاز	أ	4.75	3.75
٨٥ إلى أقل من ٩٥	جيد جداً مرتفع	ب+	4.5	3.5
٨٥ إلى أقل من ٨٥	جيد جداً	ب	4.0	3.0
٧٥ إلى أقل من ٨٥	جيد مرتفع	ج+	3.5	2.5
٧٥ إلى أقل من ٧٥	جيد	ج	3.0	2.0
أقل من ٧٥	راسب	هـ	0	0

يكون التقدير العام للمعدل التراكمي عند تخرج الطالب بناءً على معدله التراكمي كالاتي:

ممتاز: إذا كان المعدل التراكمي لا يقل عن ٤.٥٠ من ٥.٠٠ أو ٣.٥٠ من ٤.٠٠.

جيد جداً: إذا كان المعدل التراكمي من ٣.٧٥ إلى أقل من ٤.٥٠ من ٥.٠٠ أو من ٢.٧٥ إلى أقل من ٣.٥٠ من ٤.٠٠.

جيد: إذا كان المعدل التراكمي من ٢.٧٥ إلى أقل من ٣.٧٥ من ٥.٠٠ أو من ١.٧٥ إلى أقل من ٢.٧٥ من ٤.٠٠.

تمنح مرتبة الشرف الأولى للطالب الحاصل على معدل تراكمي من (٤.٧٥) إلى (٥.٠٠) من (٥.٠٠) أو من (٣.٧٥) إلى (٤.٠٠) من (٤.٠٠) عند التخرج، وتمنح مرتبة الشرف الثانية للطالب الحاصل على معدل تراكمي من (٤.٢٥) إلى أقل من (٤.٧٥) من (٥.٠٠) أو من (٣.٢٥) إلى أقل من (٣.٧٥) من (٤.٠٠) عند التخرج.



### ويشترط للحصول على مرتبة الشرف الأولى أو الثانية ما يلي:

- أ- ألا يكون الطالب قد رسب في أي مقرر درسه في مرحلة الدكتوراه.
- ب- أن يكون الطالب قد أكمل متطلبات التخرج في مدة أقصاها متوسط المدة بين الحد الأدنى والحد الأقصى للبقاء في الدراسات العليا.
- ج- أن يكون الطالب قد درس في الجامعة التي سيتخرج منها ما لا يقل عن (٦٠%) من متطلبات التخرج.