

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-وضح مخطط الهيكل الإداري للبرنامج:
<pre> graph TD A[عميد الكلية] --- B[مجلس الكلية] B --- C[رئيس القسم] C --- D[مجلس القسم] C --- E[أمانة القسم] E --- F[أعضاء هيئة التدريس] </pre>
٥- اذكر جميع الفروع أو المواقع التي تقدم هذا البرنامج الفرع/الموقع الأول: مبني 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 المخرج 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.

التاريخ المعتمد للبدء

(أ) برنامج جديد

السنة التي تمت بها أحدث مراجعة أساسية للبرنامج

(ب) برنامج قائم

الجهة المسئولة عن إجراء آخر مراجعة أساسية (أن تكون تابعة للمؤسسة نفسها أو غير ذلك)

قسم الإعلان والاتصال التسويقي بكلية الإعلام والاتصال

الجهة المسئولة 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 الحقيل-

- رئيس قسم الإعلان والاتصال التسويقي

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

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 تصييلها.
- تزويد الطالب بمهارات البحث العلمي، وإعداد الدراسات والبحوث الإعلامية.
- تهيئة الطالب ليكونوا قادرين على نقد وتحليل الظواهر والمشكلات الإعلامية وتقديم الحلول والمقترحات لمواجهتها.

يُؤهل البرنامج خريجيه 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 المعرف والتقنيات والنظريات التي تتطور باستمرار في مجال الإعلان والاتصال التسويقي، بالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق الهدف من العملية الإعلامية والتسويفية، بأفضل الوسائل الممكنة، سواء كانت لأغراض تجارية أو غير هادفة للربح، الأمر الذي ينعكس بالضرورة إيجاباً على التواهي الاقتصادية للمؤسسات والشركات المختلفة.

ب. علاقة البرنامج بر رسالة المؤسسة وأهدافها.

يلبي البرنامج رسالة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية التي تقوم على رعاية المعرفة والإبداع والقيم الأخلاقية للطلاب وطالبات وأعضاء هيئة التدريس ليتمكنوا من تنمية المهارات القيادية ولتكونوا قادرين على خدمة الوطن، من خلال توفير نشاطات نوعية متقدمة في التعلم والتعلم والتعليم والبحث العلمي، وفي ضوء التعاليم والقيم الإسلامية، ونقوم الجامعة على إحداث التكامل بين الالتزام الإسلامي والتميز الأكاديمي من أجل المساهمة في بناء مجتمع العلم والمعرفة. حيث يرتبط البرنامج ارتباطاً وثيقاً بر رسالة الجامعة بتأهيل خريجيه للعمل الإعلامي الذي يرتكز بالمجتمع في ضوء التعاليم والقيم الإسلامية، الأمر الذي يعمل على تزويد مجالات الإعلان والاتصال التسويقي بالكوادر القادرة على إنتاج مواد إعلانية 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 يؤهل الخريجين للعمل المهني الإعلامي، كما يشترك البرنامج مع البرامج الأخرى في تدريس المواد التالية:

- إحياء المتغيرات المتعددة.
 - تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية.
 - تطبيقات ونماذج في البحوث الكيفية.
 - بناء النظريّة العلميّة.

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

1

✓

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 متطلب المقرر السابق.

بـ- هل من متطلبات البرنامج مقررات تقدمها أقسام أخرى؟

1

✓

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)

✓

۴

نعم

٤- ما التعديلات التي تجري أو الخدمات التي تقدم استجابة لمتطلبات المقدمين ذوي الاحتياجات الخاصة؟
لا توجد

جـ - الـ سـالـة وـ الـأـهـدـاف وـ الـغـاـتـ

١- عبر عن رسالة البر ناج

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

- تزويـد الطـلـاب بـمـهـارـات الـبـحـث الـعـلـمـي، وإـعـادـة الـدـرـاسـات وـالـبـحـوث الـإـلـاعـامـية.
 - تـبـيـئـة الـطـلـاب لـكـونـوا قـادـرـين عـلـى نـقـد وـتـحلـيل الـظـواـهـر وـالـمـشـكـلات الـإـلـاعـامـية وـتـقـديـم الـحـلـول وـالـمـقـرـرات لـمـواجهـتها.

٢- الأهداف والغايات المحققة لرسالة البرنامج في الجدول

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



<ul style="list-style-type: none">- إجراء الدراسات التقويمية والتتبعة.- إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	<ul style="list-style-type: none">- تشجيع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين على حضور المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش التي تقام داخل البلاد وخارجها.- دعم المشروعات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين.	<p>تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في مجالات الإعلان والاتصال التسويقي.</p>
<ul style="list-style-type: none">- إجراء الدراسات التقويمية والتتبعة.- إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	<ul style="list-style-type: none">- إلحاقي محاضري القسم ومعيديه ببرامج تدريبية على استخدام أحدث التقنيات والأسلوب المهنية في المجالات الإعلانية والتسويقية المختلفة.	<p>تطوير الخبرات العلمية والتطبيقية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للإعلان والاتصال التسويقي.</p>
<ul style="list-style-type: none">- إجراء الدراسات التقويمية والتتبعة.- إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	<ul style="list-style-type: none">- دخول القسم في شراكات وبرامج تعاون مهني مع المؤسسات الإعلانية والتسويقية المتقدمة داخل المملكة وخارجها.	<p>تقليص الفجوة بين كلية الإعلام والمؤسسات المهنية للإعلام التي تماشى تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للإعلان والاتصال التسويقي.</p>
<ul style="list-style-type: none">- إجراء الدراسات التقويمية والتتبعة.- إعداد التقارير الدورية، واستخلاص نتائجها الإحصائية.	<ul style="list-style-type: none">- تشجيع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين بالقسم على حضور المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش التي تقام داخل البلاد وخارجها.- دعم المشروعات البحثية لأعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمعيدين لاسيما تلك التي تتصل بالتأليف والترجمة	<p>تطوير الخبرات العلمية لأعضاء هيئة التدريس في القسم في المجالات التي يتطلبها التطبيق العملي للإعلان والاتصال التسويقي.</p>

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:

نوع المتطلب	المجموع	عدد المقررات	عدد الوحدات	النسبة المئوية
متطلب كلية	١	٤ مقررات	١١	%٣٧
متطلب التخصص	٢	٦ مقرر	١٩	%٦٣
		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					
٨١١	علم	إحصاء المتغيرات المتعددة	إجباري	٣ ساعات	كلية الإعلام والاتصال
٨١٣	علم	تطبيقات ونماذج في البحث الكمي	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					
٩١٢	علم	بناء النظريّة العلميّة	إجباري	٣ ساعات	كلية الإعلام والاتصال
٩١٤	علم	تطبيقات ونماذج في البحث الكيفيّة	إجباري	ساعتان	كلية الإعلام والاتصال
سوق ٩٢٢		التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق	إجباري	٤ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
سوق ٩٢٤		قراءات تحليلية للقضايا الإعلانية والتسويفية المعاصرة	إجباري	٣ ساعات	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
سوق ٩٢٦		حالات دراسية في الحملات الإعلانية والتسويفية	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 رسالة علمية بما يعادل ٦٠ % في التقدير العام

العام الشامل	الاختبار	اختبار تحريري وشفوي	اجتياز فقط	الرسالة علمية	في التقدير العام	قسم الإعلان والاتصال التسويقي
سوق ٩٢٧					٦٠ % في التقدير العام	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 يكفل 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 ٥٥ % من دراسته)، يقوم الطالب بتسجيل عنوان مقرّح لرسالة الدكتوراه في القسم ويقوم بتنفيذها بنفسه ويتّرجم 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 . • القدرة على تحويل المعارف النظرية إلى تطبيقات مهنية محترفة. • إجاده مهارات التخطيط والإعداد والتاليف والتنفيذ. • القدرة على وضع المعرفات والمهارات التي اكتسبها من البرنامج في تصورها العملي والعلمي السليم.
ج-ما المرحلة أو المراحل التي يُكَلِّفُ 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
ه-شرح للإرشاد الأكاديمي وأليات الدعم المقدم للطالب.
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 التقويم (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 التقويم	استراتيجيات التدريس	مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً لمتطلبات المؤهلات الوطنية	
ال المعارف			1.0
الاختبارات التحريرية. المناقشات الصافية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصافية التعلم القائم على التفكير الناقد الواجبات المنزلية	يعرف الطالب التحليل القائم على المتغيرات المتعددة وقضاياها المنهجية.	1.1
الاختبارات العملية. التمارين والتکاليف المنزلية. تقييم العروض التقديمية	التعلم المباشر والمحاضرات الصافية التعلم القائم على النشاط	يتعرف الطالب على استعمال الحاسوب في تطبيق بعض الاختبارات الإحصائية.	1.2
الاختبارات التحريرية. التمارين والتکاليف المنزلية. المناقشات الصافية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصافية التعلم القائم على التفكير الناقد الواجبات المنزلية	يحدد الطالب أهم التطورات العلمية لمكونات البحث الكمي.	1.3
الاختبارات التحريرية. المناقشات الصافية. تقييم العروض التقديمية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصافية 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 الصافية. التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد.	يعرف الطالب بالتحديات المنهجية التي تواجه عمليات بناء النظرية الإعلامية وكيفية التصدي لها.	1.5

		الأبحاث.	
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على الحوار والمناقشة. الأبحاث.	يعرف على التطورات العلمية في النظريات الإعلامية.	1.6
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم القائم على الحوار والمناقشة. الأبحاث.	يعرف ماهية البحث الكيفية ومناهجها وتطبيقاتها.	1.7
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. 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 المكتبية.	يحدد مهارات إدارة عمليات التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق.	1.9
الاختبارات التحريرية. التمارين والتکالیف المنزلیة. المناقشات الصحفية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية التعلم القائم على التفكير الناقد الواجبات المنزلية	يحدد المعارف الازمة لفهم الثقافة وأبعادها وعمليات بنائها.	1.10
الاختبارات التحريرية. التکالیف المنزلیة. المناقشات الصحفية. تقييم العروض التقديمية	التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية التعلم القائم على التفكير الناقد	يحدد العلاقة بين الثقافة والعملية الإعلانية والتسويقية وتحليلها.	1.11
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. الأبحاث. الواجبات المكتبية.	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية لدراسة الحملات الإعلانية والتسويقية.	1.12
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. التعلم القائم على الحوار والمناقشة.	يتعرف على مكونات خطة الحملة الإعلانية ومصادرها.	1.13

		<p>الأبحاث.</p> <p>الواجبات المكتبية.</p>	
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. التعلم القائم على العمل الجماعي "التعاوني". التعلم القائم على الحوار والمناقشة. التعلم القائم على التفكير الناقد. الأبحاث.	يتعرف على الأسس والمناهج والنظريات الرئيسية لتحليلقضايا 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 الإعلانية 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 الالزامية لفهم العملية الإعلانية على أنها نظرية.	1.16
الاختبارات التحريرية. الاختبارات الشفهية.	التعلم المباشر والمحاضرات الصحفية. التعلم القائم على الحوار والمناقشة. الأبحاث. الواجبات المكتبية.	يعَرِف 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".	يعَرِف العمليات العلمية الالزامية لتركيب التفاصيل في بناء علمي متماشٍ وخلق.	1.19



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

	حل المشكلات العلمية.		
الاختبارات التحريرية الواجبات المنزلية المناقشات الصحفية.	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.	يُفكِّر 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 الصحفية.	أسلوب حل المشكلات ودراسة الحالة. تحليل وتفسير المادة العلمية.	يعيد تنظيم العلاقة بين الثقافة والعملية الإعلانية والتسويقية وتحليلها.	2.12
المناقشات الصحفية. العرض 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 البحث.	حل المشكلات العلمية.		
التكاليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يقدر أدوات وأساليب اتصالية لحملات إعلانية وتسويقية يصممونها.	2.16
التكاليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يُحلل القضايا الإعلانية والتسويقية المعاصرة وفقاً للأسس والمناهج والنظريات الرئيسية.	2.17
التكاليفات العملية. الاختبارات التطبيقية. إعداد البحث.	التدريبات العملية. ورش العمل. حل المشكلات العلمية.	يبتكر حلول وبدائل للمشكلات الإعلانية والتسويقية المعاصرة.	2.18
التكاليفات العملية. إعداد البحث.	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 الازمة لتركيب التفاصيل في بناء علمي متماشٍ وخلق.	2.20
الاختبارات التطبيقية. إعداد البحث.	حل المشكلات العلمية.	يشرح العملية التسويقية على أنها نظرية.	2.21
مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية			3.0
ملاحظة تفاعل الطلاب في مواقف مختلفة. تقدير أداء الطالب ومشاركته الصحفية. طرح قضايا افتراضية وملاحظة طريقة تعامل الطالب معها. إجراء اختبار شفهي للطلاب أثناء تقييم التكاليف الخاصة بكل منهم.	المشاركة في الأنشطة الجماعية الصحفية وغير الصحفية. تكوين فرق عمل لإنجاز الأعمال العلمية المشتركة. تکليف الطلاب بمشروعات تتطلب التعاون مع هيئات ومؤسسات وأفراد.	يحلل قدرته على ممارسة مهارات التعامل المثمر.	3.1
ملاحظة تفاعل الطلاب في	المشاركة في الأنشطة الجماعية	يدلل على تكوين علاقات إيجابية مع الآخرين.	3.2

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

	تکلیف الطالب بآوراق عمل تتطلب البحث عن المعلومات والبيانات.		
مهارات التواصل، وتقنية المعلومات، والمهارات العددية			4.0
الاختبارات التحريرية والتطبيقية. تکلیف الطالب بإجراء البحث وتکلیفات باستخدام الوسائل التقنية الحديثة. تکلیف الطالب بتقديم عروض صافية وتزویدهم بالتعرفة الراجعة التقويمية.	المحاضرات الصافية. التدريبات العملية. استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد.	يبحث باستخدام الإنترنت والحاسب الآلي والشبكات الاجتماعية في التواصل مع الآخرين.	4.1
تکلیف الطالب بتقديم عروض صافية وتزویدهم بالتعرفة الراجعة التقويمية.	المحاضرات الصافية.	يشرح بالأدلة من خلال العروض التقديمية لتسهيل عملية التواصل مع الجمهور.	4.2
تکلیف الطالب بإجراء البحث وتکلیفات باستخدام الوسائل التقنية الحديثة.	استخدام التعلم الإلكتروني ونظام التعليم عن بعد.	يبحث باستخدام التقنية في البحث العلمي.	4.3
المهارات النفسحراكية			5.0
تقویم أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد. تقویم الطالب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية.	التربية العملي	يشرح بالأدلة استخدام الحاسب الآلي وملحقاته لتصفح الانترنت والاطلاع على الابحاث العلمية.	5.1
- تقویم أستاذ المقرر لأداء الطالب أثناء تطبيق المهارات الحركية من خلال قائمة الرصد. - تقویم الطالب لأداء زملائهم أثناء تطبيق المهارات الحركية.	- التدريب العملي. - المحاكاة وأداء الدور. - عرض مواد مسجلة مرئية ومسموعة تتضمن نماذج تطبيقية متميزة. - عرض أعمال الطلاب ومناقشتها بشكل جماعي.	يرسم مخططاً لأدوار اتصالية في العملية التسويقية والإعلانية	5.2

مصفوفة مخرجات تعلم البرنامج

مقررات البرنامج												مجالات التعلم ومخرجات تعلم المقرر وفقاً للمتطلبات المؤهلات الوطنية
سوق ٩٣ الإعلانية في الحملات الدراستية	سوق ٩٤ والتسويقية	قراءات وتحليلية المعاصرة الاعلامية	سوق ٩٥ الاستراتيجي للانعالن	تنظيم والتسويق للانعالن	علم ٩٦ الكيفية للفوز في البحث	نظريات العلوم النفسية العلمية	سوق ٩٧ نظريات الإعلان	سوق ٩٨ نظريات التسويق	سوق ٩٩ الأبعاد الثقافية للتسويق والاعلان	سوق ١٠٠ نظريات الكتيبة في الموهبة	أصوات المتغيرات	
ال المعارف												1.0
-	-	-	-	د	-	-	-	-	-	د	د	يعرف الطالب التحليل القائم على المتغيرات المتعددة وقضايا المنهجية.
-	-	-	-	د	-	-	-	-	-	د	د	يتعرف الطالب على استعمال الحاسوب في تطبيق بعض الاختبارات الإحصائية.
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	د	-	يحدد الطالب أهم التطورات العلمية لمكونات البحث الكمية.
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	د	-	يتعرف على نماذج بحثية كمية مدرّسة وي Finch عناصرها ويحلل أجزانها.
-	-	-	-	-	د	م	م	م	-	-	-	يعرف الطالب بالتحديات المنهجية التي تواجه عمليات بناء النظرية الإعلامية وكيفية التصدي لها.
-	-	-	-	-	د	م	م	م	-	-	-	يتعرف على التطورات العلمية في النظريات الإعلامية.
-	-	-	-	د	-	-	-	-	-	-	م	يعرف ماهية البحث الكيفية ومنهجها وتطبيقاتها.



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



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



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



-	-	-	-	-	-	ق	-	-	-	-	-	ينقد العملية الإعلانية على أنها نظرية.	2.19
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	يحل العمليات العلمية والذهبية الازمة لتركيب التفاصيل في بناء علمي متماسك وخلق.	2.20
-	-	-	-	-	-	ق	-	-	-	-	-	يشرح العملية التسويقية على أنها نظرية.	2.21
												مهارات التعامل مع الآخرين وتحمل المسؤولية	3.0
د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	يحل قدرته على ممارسة مهارات التعامل المثمر.	3.1
د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	يدلل على تكوين علاقات إيجابية مع الآخرين.	3.2
د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	يظهر العمل ضمن فريق.	3.3
د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	يدلل على قدرته على قيادة فرق العمل الفنى.	3.4
د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	يشرح مسؤولية البحث عن معلومات وفنين جديدة لتنمية قراراته المعرفية ومهاراته المهنية.	3.5
د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	يستعلم عن القضايا التي تتطلب الاهتمام ومعالجتها بالطريقة المناسبة على المستوى الفردي وضمن فريق عمل.	3.6
د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	د	يؤمن الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية للmarcaة الإعلامية.	3.7
												مهارات التواصل،	4.0



											وتقية المعلومات، والمهارات العددية	
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	يبحث باستخدام الإنترنت والحاسب الألي والشبكات الاجتماعية في التواصل مع الآخرين.	4.1
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	يشرح بالأدلة من خلال العروض ال التقديمية لتسهيل عملية التواصل مع الجمهور.	4.2
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	يبحث باستخدام التقنية في البحث العلمي.	4.3
											المهارات النفسحورية	5.0
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	يشرح بالأدلة استخدام الحاسب الآلي وملحقاته لتصفح الإنترنت والاطلاع على الابحاث العلمية.	5.1
ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	ق	يرسم مخططًا لأدوار الاتصالية في العملية التسويقية والإعلانية	5.2

٥. شروط القبول في البرنامج.

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

٦. متطلبات الحضور وإنعام البرنامج.

- | |
|-----------------------------------------------------------------------------|
| أ. الحضور
ينبغي حضور الطالب ما لا يقل عن (٧٥٪) من مجموع محاضرات كل مقرر. |
|-----------------------------------------------------------------------------|



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 خارجين لمقررات مشابهة من أقسام خارج الجامعة ومراجعة عينة من أوراق الإجابات التي صلحها 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 حتى تخرجه.
- يحدد أستاذ المقرر ما لا يقل عن ثلاثة ساعات مكتوبة أسبوعياً وذلك تبعاً لجدول محاضراته الأسبوعي من أجل تقديم المنشورة الأكademie لطلاب هذا المقرر.
- متابعة الإداء الأكاديمي للطلاب.

٢-تظلم الطلبة.

- يتم النظر في شكاوى الطلاب وتظلماتهم في ضوء ما حدّته اللائحة الموحدة لشئون 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 موقع 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 لتقدير مدى ملاءمة 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 لتقدير مدى ملاءمة كتب المقررات والمراجع وغيرها من مصادر التعليم المقدمة؟

- إجراء مسح للكتب والمراجع الجديدة في مجال المقرر، وتحديد مدى 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- التعين

اختيار أعضاء هيئة التدريس من ذوي الاختصاص والكفاءة العلمية العالمية.

اختيار أعضاء هيئة التدريس من خريجي الجامعات المتعددة أكاديمياً.

إجراء مقابلات الشخصية لتقدير كفاءة وأهلية المتقدم لشغل وظيفة عضو هيئة التدريس.

تعريف عضو هيئة التدريس المعين حديثاً بأنظمة ولوائح القسم والجامعة.

الموافقة بين تخصص عضو هيئة التدريس والمقررات التي يقامها البرنامج.

إجراء تقويم لأداء عضو هيئة التدريس خلال السنة الأولى من ممارسته لمهامه الأكademie والبحثية، وذلك قبل البت في تعينه 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 لتقدير البرنامج، في ضوء ما يتوافر عليه من دراسات تقويمية، وبيانات إحصائية، وتقارير لأساتذة المقررات، ويخلص إلى ما يحتاجه البرنامج من عمليات تحسين وتطويره.

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 وتقديم 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.

- تطوير جوانب فنية أخرى تشمل المعرفة في البحث، وجوانب التطوير في مجال تدريسيهم.

ب- تطوير جوانب مهنية أخرى مثل الاطلاع على الأبحاث التي تُجرى في المجالات التي يدرسونها والإمام بالتطورات الحاصلة في هذه المجالات؟

- ابتعاث عدد من المعيدين والمحاضرين للدراسة في الخارج بما يتواكب مع التطورات الحديثة في المجال الإعلامي.

تحفيز أعضاء هيئة التدريس للمشاركة في المؤتمرات والندوات العلمية داخلياً وخارجياً.

- عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس في استخدام التقنيات الحديثة في البحث العلمي.

٤- إعداد أعضاء هيئة التدريس الجدد ومن في حكمهم.

وصف عمليات التهيئة لتعريف وتعيين الأساتذة الجدد والأساتذة الزائرين والأساتذة غير المترغبين لضمان استيعابهم للبرنامج ولدور المقررات التي يدرسوها 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 يتواكب مع التطورات الحديثة في المجال الإعلامي.

٥- الأساتذة غير المترغبين 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- الاجراءات المتبعة لتقييم استراتيجيات تطوير مخرجات التعلم في مجالات التعلم المختلفة وتطوير هذه الاستراتيجيات؟

بيانات إحصائية عن نتائج الطلاب نهاية كل فصل دراسي.

استئمارة استقصاء طلابية لكل مقرر توزع نهاية كل فصل.

تقارير لجنة متابعة وتقدير الخطة الدراسية.

ثقة المؤسسات الإعلامية بخريجي القسم وحصول النسبة الكبرى منهم على وظائف فور تخرجهم.



بـ- الإجراءات المتبعة لتقدير مهارة أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم في تطبيق الاستراتيجيات المخططة لاستخدامها؟

- استماراة 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 المقام من قبل الأستاذ.

٢- التقديم العام للبرنامج.

أـ. ما الاستراتيجيات المتبعة في البرنامج للحصول على تقويم للجودة العامة للبرنامج وتحقيق مخرجات التعلم المستهدفة من:

١-الطلاب الحاليين وخريجي البرنامج؟

- استماراة 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 الفترين؟

- 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 مهاراتهم الإعلامية.

جدول مؤشرات الأداء الرئيسية للبرنامج وتقديره

مؤشرات الأداء الرئيسية	المستوى المستهدف لمؤشرات الأداء الرئيسية	تحليل مؤشرات الأداء الرئيسية	مستوى مؤشرات الأداء الرئيسية بالنسبة للمعايير المرجعية 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	المؤشر ١
نسبة الطلاب لهيئة التدريس (بدوام كامل أو ما يعادله)	٢٠ طالب لكل أستاذ	أستاذ لكل ١٥ طالب	جديد	جديد	أستاذ لكل ١٠ طالب	جديد	نسبة أعضاء هيئة التدريس الذين يحملون مؤهلات دكتوراه مصادق عليها	المؤشر ٢
نسبة الطلاب الداخليين بالبرامج الذين أكملوا بنجاح مقررات المستوى الأول والثاني في الحد الأدنى للوقت.	%٧٠	%٦٥	جديد	جديد	%٧٠	جديد	نسبة الطلاب الداخليين في البرامج الذين حصلوا على الدرجة في الحد الأدنى من الوقت.	المؤشر ٣
نسبة الطلاب الداخليين في البرامج الذين حصلوا على الدرجة في الحد الأدنى من الوقت.	%٧٥	%٤٠	جديد	جديد	%٥٠	جديد	ينص بإجراء تحليل في ضوء البيانات الفعلية كل سنتين	المؤشر ٤

جدول خطة عمل البرنامج

الرقم	التصصيات	الاقتراحات العلمية	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 ضوئها تعديل الخطة.						



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

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



مرافق البرنامج

مرفق رقم (١)

الدليل الإرشادي لقسم الإعلان والاتصال التسويقي

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 التعليم في المجالات المختلفة	٧
	مهارات التواصل، واستخدام تقنية المعلومات العددية	٨
	المهارات النفس حركية (إذا كانت تنطبق على البرنامج)	٩
	متطلبات القبول بالبرنامج	١٠
	اللوائح التنظيمية أو سياسات وضع الدرجات وتوزيعها (إن وجدت)	١١
	عمليات التحقق من معايير الانجاز	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 الإعلان والاتصال التسويقي
محتويات الدليل الإرشادي لقسم.

الصفحة	المحتويات
	مقدمة
	نبذة عن القسم
	رؤية القسم
	رسالة القسم
	أهداف القسم
	شروط القبول في القسم
	الإطار العام للخطة الدراسية لقسم
	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 سد هذا العجز، والمشاركة في تنمية البلاد ومتطلبات تفزيذ 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 المواجهة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل، وهذا القسم يمثل جهداً جاداً من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تخرج طلاب وطالبات يستطيعون 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 إجاده تقنيات الحاسوب والاتصال بحيث أصبح الإعلان والاتصال التسويقي مرتكزاً رئيساً فيها، وعلاوة على حاجة سوق العمل للمخرجات وهو أيضاً داعم قوي لبقاء أقسام الإعلام، العلاقات العامة والصحافة والنشر الإلكتروني والإذاعة والتلفزيون والفيديو فتقنيات الحاسوب الالى ومهارات الإعلان والاتصال التسويقي أحد أركانها الرئيسية، وبالتالي فالقسم مرتبط ارتباطاً أساسياً بتخصص الإعلام ومرتبط بر رسالة الكلية، وبر رسالة 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:

نوع المتطلب	المجموع	م
متطلب كلية	١	%٣٧
متطلب التخصص	٢	%٦٣
المجموع	٣٠	%١٠٠

ب- ترميز المقررات:

الرقم	المدلول
الفصل الدراسي (٩٠٠، ٨٠٠)	الفصل الأول ٨ الفصل الثاني ٩ وهي في خانة المئات مما يعني أن أي مادة يكون رقمها الاول من اليسار ٩ فإنها تقدم في الفصل الدراسي الثاني.
العشرات (٢٠،)	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 (٥، ٤، ٣، ١)	الأرقام من ١-٣-٥-٧ للأموال التي تقدم في الفصل الدراسي الأول. الأرقام من ٢-٤-٦-٨ للأموال 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. تسلسل المواد في كل مسار



ج: مقررات مطلب القسم

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



الخطة الدراسية لبرنامج الدكتوراه بقسم الإعلان والاتصال التسويقي

الفصل الدراسي الأول

الوحدات	المتطلبات السابقة	الترميز الرقمي	الرمز الاسمي	المقرر	م
٣	الإحصاء التطبيقي (علم ٦١١)	٨١١	علم	إحصاء المتغيرات المتعددة	١
٣	الإحصاء التطبيقي (علم ٦١١) مناهج البحث الكمية (علم ٦١٣)	٨١٣	علم	تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية	٢
٣	—	٨٢١	سوق	الأبعاد الثقافية للتسويق والإعلان	٣
٣	—	٨٢٣	سوق	نظرية التسويق	٤
٣	—	٨٢٥	سوق	نظرية الإعلان	٥

إجمالي وحدات الفصل الأول ١٥ وحدة

الفصل الدراسي الثاني

الوحدات	المتطلبات السابقة	الترميز الرقمي	الرمز الاسمي	المقرر	م
٣	إحصاء المتغيرات المتعددة (علم ٨١١) تطبيقات ونماذج في البحوث الكمية (علم ٨١٣)	٩١٢	علم	بناء النظرية العلمية	١
٢	مناهج البحث الكيفية (علم ٧١٢)	٩١٤	علم	تطبيقات ونماذج في البحوث الكيفية	٢
٤	—	٩٢٢	سوق	التخطيط الاستراتيجي للإعلان والتسويق	٣
٣	—	٩٢٤	سوق	قراءات تحليلية للقضايا الإعلانية والتسويقيّة المعاصرة	٤
٣	—	٩٢٦	سوق	حالات دراسية في الحملات الإعلانية والتسويقيّة	٥

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

رسالة علمية	سوق ٩٢٧	اجباري	التقدير العام	قسم الإعلان والاتصال 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 مقابلة 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، والتكاليفات القرائية والبحثية خلال الفصل).



المقررات العلمية:

- (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 وعميد الكلية والدراسات العليا تأجيل قبول الطالب على الأقل تجاوز مدة التأجيل فصلين دراسيين، ولا تحتسب مدة التأجيل ضمن الحد الأقصى لمدة الحصول على الدرجة.

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

- أن يكون الطالب قد اجتاز فصلاً دراسياً أو أكثر أو أجز قدرًا مناسبًا من الرسالة.
- الألا يتجاوز مجموع مدة التأجيل أربعة فصول دراسية (ستين 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 وعميد الكلية والدراسات العليا.
- الألا 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 يجتاز 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 إعداده للرسالة، أو قام بعمل يخل بالأنظمة والتقاليد الجامعية.
- إذا لم يجتاز 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 ألغى قيده إذا كان الحال دون موافقة دراسته ظروف قهرية يقبلها مجلساً 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 مجلساً القسم والكلية ويوافق عليها مجلس عمادة الدراسات العليا وتحسب الوحدات التي درسها ضمن معدله التراكمي بعد استئنافه الدراسة كما تحسب المدة التي قضها 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 تتعدي نسبة هذه الوحدات ثلاثة في المائة من وحدات البرنامج المحول إليه.
 - د - ألا يقل تقديره في الوحدات المعادلة عن (جيد جداً).
 - ه - لا تدخل الوحدات المعادلة ضمن حساب المعدل التراكمي.
- و - تكون المعادلة بتوصية من مجلس القسم الذي يتبعه المقرر وموافقة مجلس 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 ألغى قيده لأيّ من الأسباب الواردة في المادة (٢٦) من هذه اللائحة.
 - تحتسب المدة التي قضتها 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 حتى تاريخ تقديم المشرف على الطالب تقريراً إلى رئيس القسم مرافقاً به نسخة من الرسالة، أو أي متطلبات أخرى لبرنامجه.
- 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 لرسالته تحت إشرافها.
- لا يتخرج الطالب إلاّ بعد إنتهاء 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 جلسه الثانية المعقدة بتاريخ ١٤١٦/٦/١١ هـ فيما عدا ما يأتي:
 - لا يعتبر الطالب ناجحاً في المقرر إلاّ 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 إنتهاء جميع متطلبات القبول واحتيازه 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 انذر الطالب مرتين ولم يتلاف أسباب الإنذار فلمجلس عمادة الدراسات العليا بناءً على توصية مجلس القسم إلغاء قيده.



مرفق (٤)

اللوائح التنظيمية وسياسات وضع الدرجات

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

الدرجة المئوية	التقدير	رمز التقدير	وزن التقدير من (٥)	وزن التقدير من (٤)
١٠٠-٩٥	ممتاز مرتفع	+أ	5.0	4.0
٩٥ إلى أقل من ٩٠	ممتاز	أ	4.75	3.75
٨٥ إلى أقل من ٨٠	جيد جداً مرتفع	+ب	4.5	3.5
٨٠ إلى أقل من ٧٥	جيد جداً	ب	4.0	3.0
٧٥ إلى أقل من ٧٠	جيد مرتفع	+ج	3.5	2.5
٧٠ إلى أقل من ٦٥	جيد	ج	3.0	2.0
٦٥ إلى أقل من ٦٠	راسب	-هـ	0	0

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

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

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

جيد: إذا كان المعدل التراكمي من ٢.٧٥ إلى أقل من ٣.٧٥ من ٣.٧٥ أو 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-لا 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 سيخريج منها ما لا يقل عن (٦٠٪) من متطلبات التخرج.