

برنامج العلاقات العامة والاتصالات التسويقية

PRAD (200)	كود المقرر	الكتابة في مجال العلاقات العامة	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
يتضمن هذا المقرر دراسة تنمية مهارات الكتابة في مجال العلاقات العامة على نحو احترافي، كما يدرس الطالب الطرق والأساليب الفعالة في البحث عن المعلومات والتعرف على مغزاها ومضمونها وعرضها على الجمهور المستهدف.			توصيف المقرر

PRAD (201)	كود المقرر	التخطيط في العلاقات العامة	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
يتضمن هذا المقرر دراسة التكتيكات والاستراتيجيات اللازمة في تخطيط برامج العلاقات العامة بالمؤسسات العامة والخاصة.			توصيف المقرر

PRAD (202)	كود المقرر	مقدمة في الاتصالات التسويقية	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
في هذا المقرر يتعلم الطالب كيفية الاستعانة بأدوات الاتصال الرئيسية المتاحة في الترويج لمنتج ما أو خدمة ما في أوساط الجمهور المستهدف. كما يتعلم الطالب في هذا المقرر التعريفات والمفاهيم السائدة في عالم الاتصال والتسويق ونظريات الاتصال الترويجي والأدوات المستخدمة سواء كانت تقليدية أو ما يسمى بالتكنولوجيات الناشئة.			توصيف المقرر

PRAD (203)	كود المقرر	مبادئ الإعلان	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الإعلان ونشأته وتطوره وأنواعه وأهميته كنشاط اتصالي ترويجي يستخدمه المعلنون للاتصال عبر وسائل الإعلان المختلفة.			توصيف المقرر

PRAD (204)	كود المقرر	فن الإقناع	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
يتضمن هذا المقرر دراسة المبادئ الخاصة بكتابة الرسالة الاتصالية بالإضافة إلى دراسة حملات الإقناع والمناهج والطرق التي تعمل على تغيير المواقف والتوجهات في أوساط الجمهور.			توصيف المقرر

PRAD (205)	كود المقرر	التسويق الإلكتروني على شبكة الإنترنت	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق

٢	٢	٣	لا يوجد
<p>أهميته للمنظمة وتسويق السلع والخدمات بمختلف أنواعها وتعريف السوق وتقسيمه وشرح البيئة التسويقية وعناصر المزيج التسويقي وكيفية تحديدها ودراسة سلوك المستهلك وإجراء الأبحاث التسويقية والاستفادة منها في تحديد المزيج التسويقي والترويجي المناسب لظروف المنظمة. مفهوم التسويق الإلكتروني، ووظائفه، ومستقبل العمل على الانترنت. بعض آليات التسويق الإلكتروني: التسويق من خلال الأشرطة الإعلانية، التسويق من خلال آليات البحث، التسويق من خلال البريد الإلكتروني، التسويق من خلال غرف الدردشة.</p>			توصيف المقرر

PRAD (206)	كود المقرر	علم التفاوض	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>مفهوم التفاوض والمصطلحات المشابهة – أهمية التفاوض في الأزمات - خصائص التفاوض – مجالات التفاوض (التجاري - السياسي- الأمني – العسكري – الإقتصادي) وخصائص كل منها – شروط التفاوض (القوة التفاوضية – المعلومات – الرغبة المشتركة – المناخ) - مقومات التفاوض الفعال – استراتيجيات التفاوض – وسياسات التفاوض (الإختراق – الجدار الحديدي – التعميق – الانتشار – الاسترخاء .. إلى آخره) – تكتيكات التفاوض – مناهج التفاوض – سمات وخصائص المفاوض – نماذج عملية لمواقف تفاوضية.</p>			توصيف المقرر