

برنامج العلاقات العامة والاتصالات التسويقية

PRAM 200	كود المقرر	مبادئ التسويق الرقمي Principles of Digital Marketing	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>في هذا المقرر يتعلم الطالب أهمية مبادئ التسويق الرقمي 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، كما يتعلم كيفية الاستعانة بأدوات الاتصال الرئيسية المتاحة في الترويج لمنتج/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.</p>			توصيف المقرر

PRAM 201	كود المقرر	مبادئ الإعلان الرقمي Principles of Digital Advertising	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الإعلان ونشأته وتطوره وأنواعه وأهميته كنشاط اتصالي ترويجي يستخدمه المعلنون للاتصال عبر وسائل الإعلان المختلفة، والتعريف بأنواع الإعلانات الرقمية على فيس بوك، وأنواعها على يوتيوب، وأنواعها على غرف الدردشة، وكافة الأنواع المستحدثة من الإعلانات التي تبث من خلال الوسائل الرقمية وكيفية التحكم بها وصياغتها.</p>			توصيف المقرر

PRAM 202	كود المقرر	التخطيط في العلاقات العامة Planning in Public Relations	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يتضمن هذا المقرر دراسة التكتيكات والاستراتيجيات اللازمة في تخطيط برامج العلاقات العامة بالمؤسسات العامة والخاصة، تعريف الطالب على مفاهيم الاتصال الاستراتيجي في العلاقات العامة وتطورها التاريخي سواء في المفهوم أو الممارسة، وخطوات بناء استراتيجية العلاقات العامة وكذلك على نظريات ونماذج الاتصال الاستراتيجي في العلاقات العامة.</p>			توصيف المقرر

PRAM 203	كود المقرر	الاتصالات التسويقية المتكاملة Integrated Marketing Communications	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يعتمد هذا المقرر على دراسة مبادئ الاتصالات التسويقية (التقليدية والحديثة) وعملية الاتصالات التسويقية المتكاملة بمفهومها الحديث متضمنة التنسيق المتكامل بين أنشطة الإعلان والنشر والبيع الشخصي والعلاقات العامة والتسويق المباشر ووسائل تنشيط المبيعات والتسويق الإلكتروني في إطار متكامل شاملاً تخطيط وتنظيم هذه الأنشطة وتقييم فاعليتها.</p>			توصيف المقرر

PRAM 300	كود المقرر	ادارة السمعة والمكانة Reputation and prestige Management	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>ويتضمن هذا المقرر مساعد الطالب على فهم عميق لما يسمى بإدارة السمعة والمكانة، والتركيز بصفة خاصة على أفضل الاستراتيجيات والأدوات الحديثة التي يستخدمها اليوم أبرز الممارسين في عالم الاتصال والإعلام. كما يتعلم الطالب كيفية تطوير وتنفيذ ما يسمى ببرامج متكاملة لبناء السمعة والمكانة وذلك من خلال مراجعة تاريخية لعدد من دراسات الحالة ومناقشات داخل قاعة الدرس لقضايا الساعة حول المكانة والسمعة، بالإضافة إلى سلسلة من التدريبات التي تحاكي الواقع.</p>			توصيف المقرر

PRAM 301	كود المقرر	استراتيجيات التسويق والعلاقات العامة Marketing and Public Relations Management	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يهدف هذا المقرر تعريف الطالب مفهوم وتعريف التسويق بالعلاقات (marketing relationship)، مراحل وتطور مستويات التسويق بالعلاقات، أبعاد ومكونات التسويق بالعلاقات، واستراتيجيات وتكتيكات الاتصالات التسويقية والعلاقات العامة، والمدخل لمبادئ الاستراتيجيات التسويقية بالتسويق والترويج وتخطيط الحملات الاعلانية بالعلاقات العامة، ومهارات الاتصال التسويقي والتفاعل: استراتيجيات التسويق للخدمات الإعلانية والإعلامية، وخطوات وضع استراتيجيات العلاقات العامة التسويقية.</p>			توصيف المقرر

PRAM 302	كود المقرر	انتاج الحملات الاعلامية والاعلانية Media and Adcertising Campaigns Production	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>ينضمن هذا المقرر استيعاب الأساليب والتكتيكات المطلوبة للبحث، ومهارات التفكير الطالب لعمليات العلاقات العامة، والمهارات النقدية، ومهارات الكتابة والتصميم اللازمة لإعداد حملات إعلامية ناجحة وفعالة في مجال العلاقات العامة، ووسط عالم واقعي مكون من عملاء من قطاع لا يسعى للربح. وأيضاً يتناول الخطوات التنفيذية الفعالة لتنفيذ حملات إعلانية للترويج لخدمة أو منتج.</p>			توصيف المقرر

PRAM 303	كود المقرر	الذكاء الاصطناعي في التسويق والعلاقات العامة Artificial Intelligence in Marketing and Public Relations	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب مفهوم الذكاء الاصطناعي والتطبيق التسويقي على استراتيجيات وبرامج التسويق بمنشآت الأعمال وتوضيح دور الشركات وطرق واستراتيجيات</p>			توصيف المقرر

التعامل مع وسائل الإعلام وتنظيم الندوات الجماهيرية للرد على المشكلات وتحسين صورة المؤسسة الاصلانية وتنظيم الأقسام ذات الصلة بالعمل الصناعي في إدارة العلاقات العامة وتسويق البرامج بهذه المؤسسات واستخدام تطبيقات الإعلام الرقمي في بناء صورة طيبة عن المؤسسة.	
--	--

PRAM 304	كود المقرر	التخطيط ورعاية الحدث Event Planning and Sponsorship	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
في هذا المقرر يتعلم الطالب عملية التخطيط اللازمة عند القيام بتغطية حدث بعينة، ويتضمن ذلك البحث من أجل اختيار وتحديد أفضل أنواع الحدث لعميل لا يسعى للربح من خلال هذا الحدث، وكيفية استخدام نماذج محددة من برامج التخطيط اللازمة لتوفير الخدمات اللوجيستية ومسألة الرعاية والترويج والتسويق، والتنسيق أثناء الحدث، ووصف الحدث.			توصيف المقرر

PRAM 305	كود المقرر	إدارة الازمات في المؤسسات Crisis Management in Organizations	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
يتناول هذا المقرر مدخل العلاقات العامة المتقدمة في التعامل مع الأزمات والأحداث الطارئة المتوقعة أو غير المتوقعة بالمؤسسات والمنظمات الحكومية أو الخاصة أو الدولية مع التركيز على أساليب معالجة هذه الأزمات مثل أساليب حل المشكلات وإدارة الأزمات وتحليل النظم وإدارة القضايا المجتمعية إلى جانب وضع السيناريوهات ، ويتعرف الطالب من خلال هذا المقرر على اتصالات الأزمة .			توصيف المقرر

PRAM 400	كود المقرر	برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات Social Responsibility programs in Organizations	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
يتضمن هذا المقرر ما هية المسؤولية الاجتماعية وأهميتها للفرد والمجتمع، ودراسة برامج المسؤولية المجتمعية في المؤسسات كأحد أدوات أجندة التغيير الاجتماعي، ويدرس الطالب مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وتكامل المسؤولية الاجتماعية واستراتيجية المنظمة، ودورها في مساعدة الدولة في بعض الأمور التي تخص المجتمع والصالح العام.			توصيف المقرر

PRAM 401	كود المقرر	الترويج وسلوكيات المستهلك Promotion and consumer behaviour	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
ويتضمن هذا المقرر دراسة الطرق التي من خلالها تقوم المؤسسات والهيئات بالاتصال بفئات الجمهور المختلفة ودراسة سلوكيات المستهلك، وكيف أن صياغة ووضع إستراتيجية البحث			توصيف المقرر

والإتصال يمكن أن تساعد على تبسيط وتيسير الأمور. وفي هذا المقرر يتعلم الطالب أن اتخاذ القرار الإداري الاستراتيجي يتطلب إعداد خليط فعال من الوسائل الإعلانية والإعلامية، بالإضافة إلى التركيز المهارات العملية المطلوبة كي يكون الإتصال فعال.

اسم المقرر	البروتوكول والمراسم Protocol and Ceremonies	كود المقرر	PRAM 402
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	يتناول هذا المقرر كيفية التعامل مع كافة المواقف بدرجة عالية من الدبلوماسية وضبط النفس، بداية من القواعد التي تحكم المقابلات والتعارف والترحيب، وحتى السلوكيات التي تحكم التعامل في مجال العمل. ومن خلال هذا المقرر يتعلم الطالب كيف أن انضباط السلوك والثقة بالنفس أثناء التعامل مع كافة المواقف هما أفضل الأسلحة للتغلب على المنافسين. كما يتضمن هذا المقرر كيفية إدارة الاجتماعات المثمرة وذلك من خلال اتباع قواعد ومراسم المقابلات التي تتطلبها مثل هذه المواقف. وفي هذا المقرر ما يؤكد على أن إدارة الاجتماعات على نحو جيد من شأنه أن يتيح فرصا رائعة لتبادل الخبرات والمعلومات والمعارف.		

اسم المقرر	وكالات الاعلان Advertising agencies	كود المقرر	PRAM 204
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	مفهوم وكالات الإعلان، نشأتها وتطورها، مهام ووظائف وكالة الإعلان، وكالة الإعلان كمنتج وسيط، إنتاج الإعلان وتسويقه، القواعد المنظمة لعمل وكالات الإعلان، موثيق الشرف الإعلامي، التحديات التي تواجه وكالات الإعلان والإنتاج الإعلاني (سياسية – اقتصادية – اجتماعية – ثقافية)، وكالات الإعلان في المجتمعات الرأسمالية والمجتمعات النامية، أشهر الوكالات الإعلانية العالمية وما حققته من أرباح اقتصادية، والتطور الرقمي وما خلفه من ظهور وكالات اعلان رقمية .		

اسم المقرر	الابداع في الاعلان والتسويق Creativity in advertising and marketing	كود المقرر	PRAM 205
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢
توصيف المقرر	هذا المقرر يوضح للطالب ما هية الابتكار والابداع في مجال الإعلان والتسويق، مراحل ابتكار الفكرة الاعلانية، أدوات ووسائل نمو الابتكار أو الابداع، والعمليات العقلية المصاحبة لذلك، والوسائل التي يمكن أن تساعد على تصميم اعلان ابتكارى كما يدرس الطالب دور التفكير الإبداعي في مراحل عملية التسويق المختلفة والوسائل التي يمكن أن تساعد على القيام بالمهام التسويقية فى عصر تكنولوجيا المعلومات .		

اسم المقرر	فن الإقناع والتفاوض The art of persuasion and negotiation	كود المقرر	PRAM 306
المتطلب السابق	عدد الساعات المعتمدة	عدد الساعات العملية	عدد الساعات النظرية
لا يوجد	٣	٢	٢

<p>يركز المقرر على 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 – الانتشار .. إلى آخره) – تكتيكات التفاوض – مناهج التفاوض – سمات وخصائص المفاوضات – نماذج عملية لمواقف تفاوضية.</p>	<p>توصيف المقرر</p>
--	---------------------

PRAM 307	كود المقرر	العلاقات العامة الدولية International Public Relations	اسم المقرر
عدد الساعات النظرية	عدد الساعات العملية	عدد الساعات المعتمدة	المتطلب السابق
٢	٢	٣	لا يوجد
<p>مفهوم العلاقات العامة الدولية : ما هيئتها وما السمات التي تميزها – والتعرف على المعوقات الفنية والاقتصادية والاحتكارية والمهنية التي تواجه العلاقات العامة الدولية- طبيعة العلاقات العامة الدولية – تخطيط برامج الصورة الذهنية في العلاقات العامة الدولية – الدبلوماسية العامة (الإعلامية- الثقافية- الرقمية- الرياضية) والعلاقات العامة الدولية.</p>			توصيف المقرر