



توصيف: مقر الرأي العام والدعاية

الجامعة: صنعاء Sana'a

الكلية: الإعلام Mass Communication

القسم: العلاقات العامة والإعلان - الإذاعة والتلفزيون - الصحافة والنشر الإلكتروني

البرنامج: العلاقات العامة والإعلان - الإذاعة والتلفزيون - الصحافة والنشر الإلكتروني

١. معلومات عامة عن المقرر:						
الرأي العام والدعاية Public Opinion & Publicity					اسم المقرر:	١.
M.COM.362					رمز المقرر ورقمه:	٢.
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	محاضرة	الساعات المعتمدة:	٣.
٣	-	-	-	٣		
المستوى الثالث الفصل الدراسي الثاني					المستوى والفصل الدراسي:	٤.
علم النفس الإعلامي					المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	٥.
					المتطلبات المصاحبة (إن وجدت):	٦.
بكالوريوس (إذاعة وتلفزيون - علاقات عامة وإعلان - صحافة ونشر إلكتروني)					البرنامج الذي يدرس له المقرر:	٧.
اللغة العربية					لغة تدريس المقرر:	٨.
فصلي / انتظام					نظام الدراسة:	٩.
أ.د. محمد عبد الوهاب كافي الفقيه					معد(ي) مواصفات المقرر:	١٠.
١- د/ مهدي محمد حيدر ٢- أ.م.د/ علي مهيب البريهي ٣- د/ عمر مقبول عبرين ٤- د/ هزاع مرشد شرف ٥- د/ منصور حمود المنتصر ٦- أ.جمال محمد سيلان ٧- أ.عبد علي الصوفي					أسماء لجنة المراجعة والتعديل للمقرر:	١١.
مجلس القسم: ٢٠٢٠/٦/٤ مجلس الكلية: ٢٠٢٠/٦/١٦					تاريخ اعتماد مواصفات المقرر:	١٢.

٢. وصف المقرر:

يهدف المقرر الى تزويد الطالب بالمعارف المتعلقة بالرأي العام ، ويتناول المفاهيم والمصطلحات والاسس العلمية للرأي العام، وظاهرة الرأي العام كظاهرة جماعية هامة مع بيان أنواع الرأي العام، وتعريف الطلاب بخصائصه وسماته، ووظائفه وأساليب تغيير الرأي العام، وطرق إقناعه ، كما يتناول المقرر مفهوم الدعاية واهدافها وأنواعها واسسها واساليبها وأبرز أدواتها. ويهتم المقرر بقياسات الرأي العام وانواعها وطرق إجرائها.



٣. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر: Course Intended Learning Outcomes

- a1 يظهر المعرفة بمفاهيم الرأي العام والدعاية والشائعات واساليب كل منها وطرق إجرائها.
a2 يدرك اسس ومنهجية قياس الرأي العام وتحليل الشائعات.
b1 يخطط بفاعلية للمحتوى الاعلامي وفق الاساليب العلمية للتأثير في الرأي العام.
b2. يقترح رسائل إعلامية مبتكرة مستخدماً الإستمالات الاقناعية للتأثير على الرأي العام.
c1 يتقن مهارة رصد الشائعات وتحليلها، وإجراء بحوث الرأي العام وقياسه.
c2 يوظف الاساليب العلمية في تشكيل الرأي العام والدعاية في كتابة الرسائل الاتصالية القادرة على التأثير في الرأي العام.
d1 يتعاون مع فريق بحث علمي في رصد ومواجهات الدعاية المعادية.
d2 يلتزم بتوعية الرأي العام وفق الاساليب الاقناعية الاخلاقية

٤. موازنة مخرجات التعلم للبرنامج مع المقرر (CILOs):

المعرفة والفهم:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (معرفة وفهم)	مخرجات البرنامج (معرفة وفهم)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
a1 يظهر المعرفة بمفاهيم الرأي العام والدعاية والشائعات واساليب كل منها وطرق إجرائها.	A1 يظهر الفهم للمبادئ والمفاهيم الأساسية الخاصة بالاتصال والإعلام وعلاقته بالعلوم الأخرى.
a4. يعرف اسس ومنهجية قياس الرأي العام وتحليل الشائعات.	A4 يتمكن من فهم أسس ومنهجية البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال

المهارات الذهنية:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (مهارات ذهنية)	مخرجات البرنامج (مهارات ذهنية)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
b2 يخطط بفاعلية للمحتوى الاعلامي وفق الاساليب العلمية للتأثير في الرأي العام.	B2 يخطط بكفاءة للمحتوى الاعلامي وفق الأسس العلمية والأخلاقية السليمة.
b3. يقترح رسائل إعلامية مبتكرة مستخدماً الإستمالات الاقناعية للتأثير على الرأي العام.	B3 يبتكر أفكاراً إبداعية لمختلف الأعمال الإعلامية.

المهارات العملية والمهنية:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (مهارات عملية ومهنية)	مخرجات البرنامج (مهارات عملية ومهنية)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
c3 يتقن مهارة رصد الشائعات وتحليلها، وإجراء بحوث الرأي العام وقياسه.	C3- يجري البحوث والدراسات الإعلامية وفق خطوات البحث العلمي.
c4 يوظف الاساليب العلمية في تشكيل الرأي العام والدعاية في كتابة الرسائل الاتصالية القادرة على التأثير في الرأي العام.	C4- يكتب ويحرر المضامين لمختلف الوسائل والوسائط الإعلامية

المهارات العامة:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (مهارات عامة)	مخرجات البرنامج (مهارات عامة)
رئيس الجامعة	رئيس القسم
عميد مركز التطوير وضمان الجودة	نائب العميد لشئون الجودة
أ.د/ القاسم محمد عباس	د. مهدي محمد حيدر
أ.م.د/ هدى العماد	د. عمر أحمد داعر



بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:
D1- يتواصل بفاعلية مع الآخرين، ويعمل ضمن فريق العمل بكفاءة.	d1 يتعاون مع فريق بحث علمي في رصد ومواجهات الدعاية المعادية
D2- يفكر بشكل نقدي وخلق ومستقل.	
D3- يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع.	d3 يلتزم بتوعية الراي العام وفق الاساليب الافناعية الاخلاقية

٥. ربط مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقييم
أولاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
a1 يظهر المعرفة بمفاهيم الراي العام والدعاية والشائعات واساليب كل منها وطرق إجرائها.	المحاضرة العرض العلمي	١- الاختبارات النظرية النصفية ٢- الأسئلة الشفهية أثناء المحاضرات.
a4 يعرف اسس ومنهجية قياس الراي العام وتحليل الشائعات.	- العصف الذهني	٣- الحضور والمناقشة

ثانياً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
b2 يخطط بفاعلية للمحتوى الاعلامي وفق الاساليب العلمية للتأثير في الراي العام.	١- المحاضرة . ٢- العرض العلمي	٤- الاختبارات النظرية النصفية. - التكاليف المنزلية
b3. يقترح رسائل إعلامية مبتكرة مستخدماً الإستمالات الافناعية للتأثير على الراي العام.		

ثالثاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
c3 يتقن مهارة رصد الشائعات وتحليلها، وإجراء بحوث الراي العام وقياسه.	١. المحاضرة ٢. العرض العملي	٥- الاختبارات النصفية ٦- الحضور والمشاركة
c4 يوظف الاساليب العلمية في تشكيل الراي العام والدعاية في كتابة الرسائل الاتصالية القادرة على التأثير في الراي العام.	- التفكير الناقد - العمل الجماعي التعاوني - الحوار والنقاش داخل القاعة	٧- التكاليف المنزلية. ٨- المناقشة والحوار.

رابعاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
d1 يتعاون مع فريق بحث علمي في رصد ومواجهات الدعاية المعادية.	١. العصف الذهني ٢. التفكير الناقد ٣. الحوار والنقاش داخل الصف ٤. العمل الجماعي التعاوني	٩- تقييم التكاليف المنزلية. ١٠- تقييم المناقشة والحوار. ١١- تقييم نتائج العصف الذهنية. ١٢- الحضور والمشاركة.



١٣- تقييم المناقشة والحوار. ١٤- تقييم العصف الذهني	العصف الذهني الحوار والنقاش داخل الصف	d3 يلتزم بتوعية الراي العام وفق الاساليب الاقتناعية الاخلاقية.
---	--	--

٦. كتابة مواضيع المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

كتابة وحدات /مواضيع محتوى المقرر					
أولاً: الجانب النظري					
الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	مخرجات تعلم المقرر
1	مفهوم الراي العام	شروط وجود الراي العام وتعريفاته وخصائصه وعلاقته ببعض المفاهيم، ووظائفه	1	3	a1,a4,d1,d3
2	مكونات الراي العام	المكونات: الفسيولوجية، النفسية، العادات والقيم، الدين، التعليم، الثقافة، النظام السياسي، الأحداث، الإعلام، قادة الراي	1	3	a1,a4,b2,, d1,d3
3	مقومات الراي العام، ومراحل تكوينه	المقومات: الجماعة، نشأة القضية، المناقشة التكوينية: الجماعات الأولية، الزعامة، الملازمة، المراحل: الادراك، الراي الفردي، الصراع، التحول	1	3	a1,a4,b2,, d1,d3
4	انواع الراي العام	وفقاً: لعمق التأثير، للزمن، لنوع الراي، للكلم، للتواجد، للظهور، للناطق الجغرافي	1	3	a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3
5	أساليب تغيير الراي العام	الترتيل، الإثارة العاطفية، عرض الحقائق، تحويل الانتباه، إثارة الرعب والانتباه، الشائعات.تأثير الإعلام على الراي العام.تفكك الراي العام	1	3	a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3
6	مفهوم الدعاية وأنواعها	تعريفات الدعاية، أهدافها، أنواعها:حسب النشاط، حسب المصدر، حسب الوظيفة، حسب الأساليب، حسب المضمون	1	3	a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3
7	أسس الدعاية وقوانينها	الأسس، شروط الدعاية الناجحة، القوانين، مبادئ استخدام الدعاية وقواعدها	1	3	a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3
8	أساليب الدعاية ووسائلها	التهويل، التشويه، الكذب والترتيف، الإيقاع والتناغم،	1	3	a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3



			التقليل من أهمية الشيء ، التضليل ، السخرية ، الاختيار ، لفت الأنظار ، النكتة ، الكاريكاتير ، الأسلوب الديني ، أسلوب الشعارات ، الأسلوب العلمي ، التكرار ، الإثارة العاطفية ، افتعال الأزمات ، إثارة الرعب والفوضى . الوسائل الجماهيرية ، والوسائل التكتيكية		
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	مفهوم الإقناع ، والعوامل المؤثرة في الإقناع: التعرض الاختياري ، تأثير الجماعة ، تأثير قادة الرأي	9	إقناع الرأي العام
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	الأساليب المستخدمة في الرسالة الاتصالية ، الأساليب التكتيكية.	10	اساليب لإقناع
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	الاستراتيجيات: النفسية ، الثقافية ، بناء المعنى. الاستمالات العاطفية ، العقلية ، التخويف	11	إستراتيجيات الإقناع واستمالاته
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	مفهوم القياس، أهميته، مشكلات قياسات الرأي العام، محتويات قياسات الرأي العام، تقسيم بحوث الرأي العام.	12	قياس الرأي العام
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	لترق: الكمية، الكيفية. مراحل وخطوات إجراء استقصاء الرأي العام: تحديد الهدف، تصميم خطة القياس، ادوات جمع البيانات.	13	طرق قياس الرأي العام
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	اختيار العينة وانواع العينات، تحديد حجمها، إجراءات الثبات والصدق إختيار أداة البحث، إدارة البحث، تجهيز البيانات، عرض البيانات، تحليل البيانات وتفسيرها، كتابة تقرير البحث، عرض نماذج من قياسات الرأي العام	14	مراحل إجراء قياس الرأي العام
	42		إجمالي الأسابيع والساعات (١٤) اسبوع		

ثانيا: الجانب العملي:

لا يوجد

رئيس القسم نائب العميد لشئون الجودة عميد الكلية عميد مركز التطوير وضمان الجودة رئيس الجامعة
د. مهدي محمد حيدر د. مهدي محمد حيدر د. عمر أحمد داعر أ.م.د/ هدى العماد أ.د/ القاسم محمد عباس



٧. استراتيجية التدريس:

المحاضرة والعرض العلمي
العصف الذهني
التفكير الناقد.
الحوار والنقاش داخل الصف
العمل الجماعي التعاوني

٨. الأنشطة والتكليفات:

الرقم	النشاط / التكليف	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
١	بحث (قياس الراي العام)	a1, a4,b3, ,c3,c4,d3	١٤-٩	20
	الاجمالي			٢٠

٩. تقييم التعلم:

الرقم	أنشطة التقييم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الواجبات / الأنشطة / التكليف	١٤-٨	٢٠	%٢٠	a1, a4,b3, ,c3,c4,d3
2	مشاركة	١٤-١	10	%١٠	a1,a4,b2,b4,c3,c4,d1,d3
3	اختبار نصفي	٧	١٠	%١٠	a1,a4,b2,,b4, d1,
4	الاختبار النهائي	١٦	٦٠	%٦٠	a1,a4,b2,b4,c3,c4,d1,d3

١٠. مصادر التعلم:

(اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).

المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)

١. فلاح عامر الدهمسي، حسن نيازي الصيفي: الاتصال الجماهيري: العمليات، الحرب النفسية، الشائعات، الرأي العام، الإقناع (الرياض: مكتبة المتنبي، ٢٠١٥)
٢. عاطف عدلي العبد: الرأي العام واساليب قياسه (القاهرة: العربي للنشر، ٢٠٠٧)

المراجع المساعدة

١. بسبيوني إبراهيم حمادة: الرأي العام وأهميته في صنع القرار (أبو ظبي، مركز الإمارات للبحوث، ٢٠٠٢)
- ٢- سليمان صالح: وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية (عمان دار حنين للنشر، ٢٠٠٥)
- ٣- شيماء ذو الفقار زغيب: نظريات في تشكيل الاتجاه العام (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٤)
- ٤- محمد منير حجاب: أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية (دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٨)

مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)

رئيس القسم	نائب العميد لشئون الجودة	عميد الكلية	عميد مركز التطوير وضمان الجودة	رئيس الجامعة
د. مهدي محمد حيدر	د. مهدي محمد حيدر	د. عمر أحمد داعر	أ.م.د/ هدى العماد	أ.د/ القاسم محمد عباس



٢. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
١	سياسة الحضور للمحاضرة ، ومتى يعتمد الغياب ونسبته : تحدها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر: طبقاً للمادة (٢١) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (٧٥%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية.
٢	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
٣	ضوابط الامتحانات: ❖ السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر: طبقاً للمادة (٤٥) من لائحة شئون الطلاب يطبق الآتي: ١- عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر. ٢- لا يسمح بمغادرة الاختبار من القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة.
٤	التكليفات / المهام والمشاريع: في حال تأخر التكاليف والمشاريع ومتى تسلم لأستاذ المقرر: يحدد سياسة ذلك القسم العلمي.
٥	الغش: يعاقب الطالب إذا غش في المقرر طبقاً للمادة (٧٢) من لائحة شئون الطلاب بإحدى العقوبات التالية: ١- إلغاء اختبار الطالب في المقرر. ٢- الحرمان من الاختبار في مقرر أو أكثر (حسب ما تحدده لجنة العقوبات بالكلية).
٦	الانتحال: يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية طبقاً للمادة (٧٩) من لائحة شئون الطلاب.
٧	سياسات أخرى: مثل استخدام الموبايل أو ... الخ : يتم اتخاذها من أستاذ المقرر حسب لائحة شئون الطلاب.



خطة مقرر: الرأي العام والدعاية

الجامعة: صنعاء Sana'a

الكلية: الإعلام Mass Communication

القسم: العلاقات العامة والإعلان - الإذاعة والتلفزيون - الصحافة والنشر الإلكتروني

البرنامج: العلاقات العامة والإعلان - الإذاعة والتلفزيون - الصحافة والنشر الإلكتروني

١. معلومات عن مدرس المقرر:						
الاسم			أ.د محمد عبدالوهاب كافي الفقيه			الساعات المكتبية (٣ / أسبوعيا)
المكان ورقم الهاتف		00967775215690			السبت	الأحد
البريد الإلكتروني					الاثنين	الثلاثاء
					الأربعاء	الخميس

٢. معلومات عامة عن المقرر:					
١.	اسم المقرر:	الرأي العام والدعاية Public Opinion & Publicity			
٢.	رمز المقرر ورقمه:	M.COM.362			
٣.	الساعات المعتمدة للمقرر:	الساعات			
		نظري	سمنار	عملي	تدريب
		٣	-	-	٣
٤.	المستوى والفصل الدراسي:	الفصل الثاني المستوى الثالث			
٥.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	علم النفس الإعلامي			
٦.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	مناهج بحث			
٧.	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:	الأقسام الثلاثة			
٨.	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية			
٩.	مكان تدريس المقرر:	كلية الإعلام			

٣. وصف المقرر الدراسي:	
------------------------	--

رئيس القسم: د. مهدي محمد حيدر
نائب العميد لشئون الجودة: د. مهدي محمد حيدر
عميد الكلية: د. عمر أحمد داعر
عميد مركز التطوير وضمان الجودة: د.م.د/ هدى العماد
رئيس الجامعة: د.د/ القاسم محمد عباس



يهدف المقرر الى تزويد الطالب بالمعارف المتعلقة بالرأي العام ، ويتناول المفاهيم والمصطلحات والاسس العلمية للرأي العام، وظاهرة الرأي العام كظاهرة جماعية هامة مع بيان أنواع الرأي العام، وتعريف الطلاب بخصائصه وسماته، ووظائفه وأساليب تغيير الرأي العام، وطرق إقناعه ، كما يتناول المقرر مفهوم الدعاية واهدافها وأنواعها واسسها واساليبها وأبرز أدواتها. ويهتم المقرر بقياسات الرأي العام وانواعها وطرق إجرائها.

٤. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر: Course Intended Learning Outcomes

- a1 يظهر المعرفة بمفاهيم الرأي العام والدعاية والشائعات واساليب كل منها وطرق إجرائها.
a2 يدرك اسس ومنهجية قياس الرأي العام وتحليل الشائعات.
b1 يخطط بفاعلية للمحتوى الاعلامي وفق الاساليب العلمية للتأثير في الرأي العام.
b2. يقترح رسائل إعلامية مبتكرة مستخدماً الإستمالات الاقناعية للتأثير على الرأي العام.
c1 يتقن مهارة رصد الشائعات وتحليلها، وإجراء بحوث الرأي العام وقياسه.
c2 يوظف الاساليب العلمية في تشكيل الرأي العام والدعاية في كتابة الرسائل الاتصالية الفادرة على التأثير في الرأي العام.
d1 يتعاون مع فريق بحث علمي في رصد ومواجهات الدعاية المعادية.
d2 يلتزم بتوعية الرأي العام وفق الاساليب الاقناعية الاخلاقية.

٥. كتابة وحدات /مواضيع محتوى المقرر

أولاً: الجانب النظري				
الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	اسبوع التنفيذ	الساعات الفعلية
1	مفهوم الرأي العام	شروط وجود الرأي العام وتعريفاته وخصائصه وعلاقته ببعض المفاهيم، ووظائفه	W1	3
2	مكونات الرأي العام	المكونات: الفسيولوجية، النفسية، العادات والقيم، الدين، التعليم، الثقافة، النظام السياسي، الأحداث، الإعلام ، قادة الرأي	W2	3
3	مقومات الرأي العام، ومراحل تكوينه	المقومات: الجماعة، نشأة القضية، المناقشة التكوين: الجماعات الأولية، الزعامة، الملازمة، المراحل: الادراك، الرأي الفردي، الصراع، التحول	W3	3
4	انواع الرأي العام	وفقاً: لععمق التأثير، للزمن، لنوع الرأي، للكم، للتواجد، للظهور، للنطاق الجغرافي	W4	3
5	أساليب تغيير الرأي العام	الترتيل ، الإثارة العاطفية ، عرض الحقائق ، ، تحويل الانتباه ، إثارة الرعب والانتباه ، الشائعات.تأثير الإعلام على الرأي العام.تفكك الرأي العام	W5	3
6	مفهوم الدعاية وأنواعها	تعريفات الدعاية ، أهدافها ، أنواعها: حسب النشاط ، حسب المصدر ، حسب الوظيفة ، حسب الأساليب ، حسب المضمون	W6	3
7	اختبار نصفي	اختبار نصفي	W7	3



3	W8	الأسس ، شروط الدعاية الناجحة ، القوانين ، مبادئ استخدام الدعاية ، وقواعدها	أسس الدعاية وقوانينها	8
3	W9	التهويل ، التشويه ، الكذب والتزييف ، الإيقاع والتناغم ، التقليل من أهمية الشيء ، التضليل ، السخرية ، الاختيار ، لفت الأنظار ، النكتة ، الكاريكاتير ، الأسلوب الديني ، أسلوب الشعارات ، الاسلوب العلمي ، التكرار ، الإثارة العاطفية ، افتعال الأزمات ، إثارة الرعب والفوضى . الوسائل الجماهيرية ، والوسائل التكتيكية	أساليب الدعاية ووسائلها	9
3	W10	مفهوم الإقناع ، والعوامل المؤثرة في الإقناع: التعرض الاختياري ، تأثير الجماعة ، تأثير قادة الرأي	اقناع الرأي العام	10
3	W11	الأساليب المستخدمة في الرسالة الاتصالية ، الأساليب التكتيكية.	اساليب لإقناع	11
3	W12	الاستراتيجيات: النفسية ، الثقافية ، بناء المعنى. الاستمالات العاطفية ، العقلية ، التخويف	إستراتيجيات الإقناع واستمالاته	12
3	W13	مفهوم القياس ، أهميته ، مشكلات قياسات الراي العام، محتويات قياسات الراي العام، تقسيم بحوث الراي العام.	قياس الرأي العام	13
3	W14	ل طرق: الكمية، الكيفية. مراحل وخطوات إجراء استقصاء الرأي العام: تحديد الهدف، تصميم خطة القياس، أدوات جمع البيانات.	طرق قياس الرأي العام	14
3	W15	اختيار العينة وانواع العينات، تحديد حجمها، إجراءات الثبات والصدق إختيار أداة البحث، إدارة البحث، تجهيز البيانات، عرض البيانات، تحليل البيانات وتفسيرها، كتابة تقرير البحث، عرض نماذج من قياسات الرأي العام	مراحل إجراء قياس الرأي العام	15
3	W16	اختبار نهائي	اختبار نهائي	16
48	إجمالي الأسابيع والساعات (١٦ اسبوع)			

الجانب العملي:

لا يوجد

٦. استراتيجيات التدريس

رئيس القسم: د. مهدي محمد حيدر
نائب العميد لشئون الجودة: د. عمر أحمد داعر
عميد الكلية: أ.م.د/ هدى العماد
عميد مركز التطوير وضمان الجودة: أ.د/ القاسم محمد عباس
رئيس الجامعة: د. مهدي محمد حيدر



- ١- المحاضرة والعرض العلمي
- ٢- العصف الذهني
- ٣- التفكير الناقد.
- ٤- الحوار والنقاش داخل الصف
- ٥- مجموعة النقاش الصغيرة
- ٦- العمل الجماعي التعاوني

٧. الأنشطة والتكليفات:

الرقم	النشاط/ التكليف	الأسبوع	الدرجة (إن وجدت)
1	بحث (قياس الرأي العام)	١٤-٩	20
2	الاجمالي		20

٨. تقييم التعلم:

الرقم	موضوعات التقييم	موعد التقييم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي (نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي)
١	الواجبات / الأنشطة / التكليف	١٤-٨	٢٠	%٢٠
٢	مشاركة	١٤-١	10	%١٠
٣	اختبار نصفي	٧	١٠	%١٠
٤	الاختبار النهائي	١٦	٦٠	%٦٠
	المجموع		١٠٠	%١٠٠

٩. مصادر التعلم:

١. فلاح عامر الدهمشي، حسن نيازي الصيفي: الاتصال الجماهيري: العمليات، الحرب النفسية، الشائعات، الرأي العام، الإقناع (الرياض: مكتبة المتنبي، ٢٠١٥)
 ٢. عاطف عدلي العبد: الرأي العام واساليب قياسه (القاهرة: العربي للنشر، ٢٠٠٧)
- المراجع المساعدة



١. بسبوني إبراهيم حمادة: الرأي العام وأهميته في صنع القرار (أبو ظبي، مركز الإمارات للبحوث، ٢٠٠٢)
- ٢- سليمان صالح: وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية (عمان دار حنين للنشر، ٢٠٠٥)
- ٣- شيماء ذو الفقار زغيب: نظريات في تشكيل الاتجاه العام (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٤)
- ٤- محمد منير حجاب: أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية (دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٨)

١٠. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
١	سياسية الحضور للمحاضرة ، ومتى يعتمد الغياب ونسبته : تحدها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر: طبقاً للمادة (٢١) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (٧٥%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية.
٢	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
٣	ضوابط الامتحانات: ❖ السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر: طبقاً للمادة (٤٥) من لائحة شئون الطلاب يطبق الآتي: ١- عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر. ٢- لا يسمح بمغادرة القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة.
٤	التكليفات / المهام والمشاريع: في حال تأخر التكاليف والمشاريع ومتى تسلم لأستاذ المقرر: يحدد سياسة ذلك القسم العلمي.
٥	الغش: يعاقب الطالب إذا غش في المقرر طبقاً للمادة (٧٢) من لائحة شئون الطلاب بإحدى العقوبات التالية: ١- إلغاء اختبار الطالب في المقرر. ٢- الحرمان من الاختبار في مقرر أو أكثر (حسب ما تحدده لجنة العقوبات بالكلية).
٦	الانتحال: يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية طبقاً للمادة (٧٩) من لائحة شئون الطلاب.
٧	سياسات أخرى: مثل استخدام الموبايل أو ... الخ : يتم اتخاذها من أستاذ المقرر حسب لائحة شئون الطلاب.

١١- أعضاء لجنة المراجعة لتوصيف المقرر من مركز التطوير:		
م	الاسم	ملاحظات
١	أ.م.د/ صالح حميد	
٢	د/ منصر الصباري	

١٢- أسماء اللجنة الإشرافية:			
م	الاسم	الصفة الوظيفية	ملاحظات
١	د/ عمر أحمد داعر	عميد كلية الإعلام	

رئيس القسم: د. مهدي محمد حيدر
نائب العميد لشئون الجودة: د. مهدي محمد حيدر
عميد الكلية: د. عمر أحمد داعر
عميد مركز التطوير وضمان الجودة: أ.م.د/ هدى العماد
رئيس الجامعة: أ.د/ القاسم محمد عباس



	أ.د/ إبراهيم المطاع	٢	نائب رئيس الجامعة للشئون الأكاديمية
--	---------------------	---	-------------------------------------

رئيس الجامعة
أ.د/ القاسم محمد عباس

عميد مركز التطوير وضمان الجودة
أ.م.د/ هدى العماد

عميد الكلية
د. عمر أحمد داعر

نائب العميد لشئون الجودة
د. مهدي محمد حيدر

رئيس القسم
د/ مهدي محمد حيدر