



نموذج توصيف مقرر (بحوث في العلاقات العامة والإعلان)

الجامعة : University صنعاء .
الكلية : Faculty الإعلام .
القسم : Department العلاقات العامة والإعلان .
البرنامج : Program العلاقات العامة والإعلان .

Template of Course Specification (Researches In Public Relations & Advertising)

I. معلومات عامة عن المقرر : General information about the course				
بحوث في العلاقات العامة والإعلان (Researches In Public Relations & Advertising)				1. اسم المقرر : Course Title
PR.A.475				2. رمز المقرر ورقمه : Course Code and Number
الإجمالي Total	تدريب Training	عملي Practical	سمنار / تمارين Seminar/Tutorial	3. الساعات المعتمدة : Credit Hours
3		1		2
المستوى الرابع – الفصل الأول .				4. المستوى والفصل الدراسي : Study Level and Semester
مناهج بحث				5. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت) : Pre-requisites (if any)
لا يوجد .				6. المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) : Co-requisites (if any)
بكالوريوس / برنامج العلاقات العامة والإعلان .				7. البرنامج الذي يدرس له المقرر : Program in which the course is offered
اللغة العربية .				8. لغة تدريس المقرر : Teaching Language
فصلي (ثمان فصول – أربع سنوات) / انتظام .				9. نظام الدراسة : Study System
د. عمر عبرين . قسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة صنعاء .				10. معد (و) توصيف المقرر : Prepared by
1- د/ مهدي محمد حيدر 2- أ.م.د/ علي مهيب البريهي 3- د/ عمر مقبول عبرين 4- د/ هزاع مرشد شرف 5- د/ منصور حمود المنتصر 6- أ.جمال محمد سيلان 7- أ.عبد علي الصوفي				11. أسماء لجنة المراجعة والتعديل للمقرر:
مجلس القسم: ٢٠٢٠/٦/٤ م مجلس الكلية: ٢٠٢٠/٦/١٦ م				12. تأريخ اعتماد التوصيف : Approval date

II. وصف المقرر : Course Description	
يهدف المقرر إلى إكساب الطلاب مهارات إعداد وتنفيذ البحوث في مجالات العلاقات العامة والإعلان . لذلك يتناول المقرر أنواع البحوث الإعلامية ومجالاتها في العلاقات العامة والإعلان ، وخطواتها العلمية ، المتضمنة تحديد مشكلة الدراسة وصياغة عنوانها وتحديد أهميتها وأهدافها وصياغة تساؤلاتها وفروضها ، بالإضافة إلى تحديد نوع الدراسة ومنهجها والأدوات اللازمة لجمع بياناتها ، والمعاملات الاحصائية الملائمة لتحليل وتفسير نتائجها .	

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 : أ.د/ القاسم محمد عباس



كما يتطلب المقرر تدريب الطلاب على تنفيذ بحوث تحليلية وميدانية في مجالات العلاقات العامة والإعلان ، وفقاً لخطوات البحث العلمية .

II. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر (CILOs) : Course Intended Learning Outcomes

- a.1 : يظهر المعرفة بأنواع وخطوات البحوث الإعلامية ومجالاتها في العلاقات العامة والإعلان .
a.2 : يحدد النماذج والنظريات العلمية الملائمة لبحوث العلاقات العامة والإعلان .
a.3 : يلتزم بالقوانين والأخلاقيات المرتبطة بإعداد البحوث العلمية .
b.1 : يقترح المناهج والأدوات العلمية المناسبة لتنفيذ بحوث العلاقات العامة والإعلان .
b.2 : يفسر البيانات والنتائج المستخلصة من البحوث التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .
b.3 : يستنتج من الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور المستهدف ، بحوث في مجالات العلاقات العامة والإعلان .
c.1 : يجري البحوث والدراسات في مجالات العلاقات العامة والإعلان ، باستخدام الأساليب الاحصائية المناسبة .
d.1 : ينقد بأسلوب خلاق ومستقل البحوث والدراسات التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .

IV. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر (CILOs) : Course Intended Learning Outcomes

المعرفة والفهم Knowledge and Understanding

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)

مخرجات المقرر (معرفة وفهم) Knowledge and Understanding CILOs	مخرجات البرنامج (معرفة وفهم) Knowledge and Understanding PILOs
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن :	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن :
a.1 : يظهر المعرفة بأنواع وخطوات البحوث الإعلامية ومجالاتها في العلاقات العامة والإعلان .	A1. يظهر المعرفة بالثقافة العامة ومفاهيم ونظريات الاتصال والإعلام وخطوات البحث العلمي، ووظائف الاتصال وتأثيراته وأدواره المجتمعية وتطوره النظري والتطبيقي.
a.2 : يحدد النماذج والنظريات العلمية الملائمة لبحوث العلاقات العامة والإعلان .	A2. يحدد المفاهيم العلمية والمبادئ والنظريات المتعلقة بالعلاقات العامة والإعلان وكيفية تطبيقها في ممارسة المهنة.
a.4 : يلتزم بالقوانين والأخلاقيات المرتبطة بإعداد البحوث العلمية .	A4. يعرف القوانين والتشريعات والأخلاقيات المنظمة للإعلام والعلاقات العامة والإعلان.

المهارات الذهنية Intellectual Skills

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)

مخرجات المقرر (مهارات ذهنية) Intellectual Skills CILOs	مخرجات البرنامج (مهارات ذهنية) Intellectual Skills PILOs
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على
b.1 : يقترح المناهج والأدوات العلمية المناسبة لتنفيذ بحوث العلاقات العامة والإعلان .	B1. يقترح الاساليب العلمية المناسبة لإدارة المؤسسات الإعلامية والعلاقات العامة والإعلان.
b.3 : يفسر البيانات والنتائج المستخلصة من البحوث التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .	B3. يفسر النتائج والبيانات المتعلقة بالبحوث والدراسات العلمية ويقيم المعلومات المتعلقة بممارسة العلاقات العامة والإعلان.
b.4 : يستنتج من الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور المستهدف ، بحوث في مجالات العلاقات العامة والإعلان .	B4. يحلل الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور المستهدف ويقترح أساليب ووسائل الاتصال المناسبة لحمالات العلاقات العامة والإعلان وفق المبادئ الاخلاقية والمهنية.

المهارات العملية والمهنية Professional and Practical Skills

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



يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)	
مخرجات المقرر (مهارات عملية ومهنية) Professional and Practical Skills CILOs	مخرجات البرنامج (مهارات عملية ومهنية) Professional and Practical Skills PILOs
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على : c.3 : يجري البحوث والدراسات في مجالات العلاقات العامة والإعلان ، باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة .	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على : C3. يجري البحوث والدراسات وجمع البيانات والمعلومات وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

المهارات الانتقالية (العامة) : Transferable (General) Skills يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)	
مخرجات المقرر (مهارات انتقالية (عامة)) Transferable (General) Skills CILOs	مخرجات البرنامج (مهارات انتقالية (عامة)) Transferable (General) Skills PILOs
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على : d.1 : ينقد بأسلوب خلاق ومستقل البحوث والدراسات التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على : D1. يفكر بشكل نقدي وخالق ومستقل.

V. ربط مخرجات التعلم بإستراتيجيات التدريس والتقييم Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies		
أولاً: ربط مخرجات تعلم المقرر/المعرفة والفهم بإستراتيجية التدريس والتقييم : First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs		
مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs	إستراتيجية التدريس Teaching Strategies	إستراتيجية التقييم Assessment Strategies
a.1 : يظهر المعرفة بأنواع وخطوات البحوث الإعلامية ومجالاتها في العلاقات العامة والإعلان .	المحاضرات - خارطة المفاهيم	الاختبارات الشفهية والتحريرية
a.2 : يحدد النماذج والنظريات العلمية الملائمة لبحوث العلاقات العامة والإعلان .	المحاضرات - الحوار والمناقشة	الاختبارات الشفهية والتحريرية
a.4 : يلتزم بالقوانين والأخلاقيات المرتبطة بإعداد البحوث العلمية .	المحاضرات - الحوار والمناقشة	الاختبارات الشفهية والتحريرية

ثانياً : ربط مخرجات تعلم المقرر/المهارات الذهنية بإستراتيجية التدريس والتقييم : Second : Alignment of Intellectual Skills CILOs		
مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	إستراتيجية التدريس Teaching Strategies	إستراتيجية التقييم Assessment Strategies
b.1 : يقترح المناهج والأدوات العلمية المناسبة لتنفيذ بحوث العلاقات العامة والإعلان .	المحاضرة - العصف الذهني - الحوار والمناقشة - العروض التقديمية - التعلم التعاوني	الاختبارات القصيرة - تقييم العروض التقديمية
b.3 : يفسر البيانات والنتائج المستخلصة من البحوث التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .	المحاضرة - العصف الذهني - حل المشكلات - التقارير الفردية والجماعية	الملاحظة - تقييم التقارير والتكاليف
b.4 : يستنتج من الواقع الاجتماعي والثقافي للجُمهور المستهدف ، بحوث في مجالات العلاقات العامة والإعلان .	المحاضرة - العصف الذهني - حل المشكلات - التقارير الفردية والجماعية	الملاحظة - تقييم التقارير والتكاليف



ثالثا : ربط مخرجات تعلم المقرر/المهارات المهنية والعملية بإستراتيجية التدريس والتقييم :

Third : Alignment of Professional and Practical Skills CILOs

إستراتيجية التقييم Assessment Strategies	إستراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs
الملاحظة - تقييم المشاريع الفدية والجماعية.	المحاضرة - المشاريع الفردية والجماعية	c.3 : يجري البحوث والدراسات في مجالات العلاقات العامة والإعلان ، باستخدام الأساليب الاحصائية المناسبة .

رابعا : ربط مخرجات تعلم المقرر/المهارات الانتقالية (العامة) بإستراتيجية التدريس والتقييم :

Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs

إستراتيجية التقييم Assessment Strategies	إستراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات الانتقالية (العامة) Transferable (General) Skills CILOs
الملاحظة - الاختبارات الشفهية القصيرة .	المحاضرات - والحوار والمناقشة - العروض التقديمية - حل المشكلات - المحاكاة	d.1 : ينقد بأسلوب خلاق ومستقل البحوث والدراسات التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .

v. كتابة مواضيع المقرر الرئيسة والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات الفعلية لها.

Course topics and sub-topics (theoretical and practical) with contact hours and alignment to CILOs

كتابة وحدات /مواضيع محتوى المقرر

Topics/Units of Course Contents

أولاً : الجانب النظري First : Theoretical Aspects

مخرجات تعلم المقرر CILOs	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع No. of Weeks	المواضيع التفصيلية Sub-topics	وحدات / موضوعات المقرر Course Topics/Units	الرقم No.
a.1	3	1	- البحوث التاريخية . - البحوث الوصفية . - البحوث الاستكشافية . - البحوث التجريبية . - بحوث المقارنة .	أنواع البحوث الإعلامية	1
a.2	3	1	- البحوث الرسمية وغير الرسمية في العلاقات العامة والإعلان . - مجالات بحوث العلاقات العامة .	مجالات بحوث العلاقات العامة والإعلان	2



			- مجالات بحوث الإعلان .		
a.4+c.3	2	1	- الاحساس بالمشكلة البحثية - تحديد المشكلة وصياغة عنوان البحث .	خطوات البحث العلمي (الخطوة الأولى) تحديد المشكلة وصياغة عنوان البحث في مجال العلاقات العامة والإعلان	3
a.4+c.3	2	1	- صياغة الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة . - تحديد أهداف الدراسة .	(الخطوة الثانية) صياغة الأهمية وتحديد الأهداف لبحوث العلاقات العامة والإعلان	4
a.4+b.3+c.3+d.1	2	1	- تحديد الدراسات السابقة . - طرق عرض الدراسات السابقة .	(الخطوة الثالثة) تحديد الدراسات السابقة في مجال العلاقات العامة والإعلان	5
a.4+c.3	2	1	- تحديد متغيرات الدراسة . - صياغة التساؤلات . - فرض الفروض .	(الخطوة الرابعة) صياغة التساؤلات والفروض	6
a.4+c.3	2	1	- تحديد المفاهيم النظرية للدراسة . - تحديد المفاهيم الاجرائية للدراسة .	(الخطوة الخامسة) تحديد المفاهيم النظرية والاجرائية	7
a.4+b.1+c.3	2	1	- تحديد نوع الدراسة . - تحديد منهج الدراسة .	(الخطوة السادسة) تحديد نوع ومنهج الدراسة في مجال العلاقات العامة والإعلان	8
a.4+b.4+c.3	2	1	- تحديد مجتمع الدراسة . - تحديد عينة الدراسة .	(الخطوة السابعة) تحديد مجتمع وعينة الدراسة في مجال العلاقات العامة والإعلان	9
a.4+b.1+c.3	2	1	- تحديد أدوات جمع البيانات	(الخطوة الثامنة) أدوات جمع البيانات لبحوث العلاقات العامة والإعلان	10
a.4+b.1+c.3	2	1	- تحديد المعاملات الاحصائية الملائمة .	(الخطوة التاسعة) المعاملات الاحصائية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	11

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



a.4+b.1+c.3	2	1	- طرق جمع البيانات المكتبية . - طرق جمع البيانات الميدانية .	(الخطوة العاشرة) طرق جمع البيانات لبحوث العلاقات العامة والإعلان	12
a.4+b.1+c.3	2	1	- المعالجة الاحصائية للبيانات .	(الخطوة الحادية عشرة) المعالجة الاحصائية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	13
a.4+b.3+c.3+d.1	2	1	- تحليل النتائج . - تفسير النتائج . - مقارنة النتائج بنتائج الدراسات السابقة .	(الخطوة الثانية عشرة) تحليل وتفسير نتائج بحوث العلاقات العامة والإعلان	14
30 hours	14 weeks	Total number of weeks and hours إجمالي عدد الأسابيع والساعات			

ثانيا : الجانب العملي / تمارين Second : Practical / Tutorial				
تكتب تجارب (مواضيع) العملي / تمارين Write up practical / tutorial				
مخرجات التعلم CILOs	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع No. of Weeks	التجارب العملية/ تمارين Practical/Tutorial	الرقم No.
-----	-----	-----	-----	1.
-----	-----	-----	-----	2.
a.4+c.3	2	1	التدريب على تحديد المشكلة البحثية وصياغة عنوان البحث .	3.
a.4+c.3	2	1	التدريب على صياغة الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة ، وتحديد أهداف الدراسة .	4.
a.4+b.3+c.3+d.1	2	1	التدريب على تحديد الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث ، وطرق عرضها .	5.
a.4+c.3	2	1	التدريب على تحديد متغيرات الدراسة ، وصياغة التساؤلات ، فرض الفروض .	6.
a.4+c.3	2	1	التدريب على تحديد المفاهيم النظرية والإجرائية للدراسة . وكيفية تعريفها .	7.
a.4+b.1+c.3	2	1	التدريب على تحديد نوع ومنهج الدراسة الملائم .	8.
a.4+b.4+c.3	2	1	التدريب على تحديد مجتمع وعينة الدراسة .	9.
a.4+b.1+c.3	2	1	التدريب على اختيار أدوات جمع البيانات المناسبة للدراسة .	10.
a.4+b.1+c.3	2	1	التدريب على اختيار المعاملات الاحصائية الملائمة .	11.
a.4+b.1+c.3	2	1	التدريب على جمع البيانات المكتبية والبيانات الميدانية .	12.
a.4+b.1+c.3	2	1	التدريب على كيفية المعالجة الاحصائية للبيانات .	13.

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



a.4+b.3+c.3+d.1	2	1	التدريب على تحليل وتفسير النتائج ، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة	14.
	24 hours	12 weeks	إجمالي عدد الأسابيع والساعات Total number of weeks and hours	

V. استراتيجيات التدريس Teaching Strategies				
طرق واستراتيجيات التدريس التي ستستخدم لتنفيذ مخرجات المقرر :				
- المحاضرات .				
- الحوار والمناقشة .				
- العروض التقديمية .				
- التعلم الذاتي .				
- التعلم التعاوني .				
- العصف الذهني .				
- حل المشكلات .				
- التكاليف الفردية والجماعية .				

V. الأنشطة Tasks and Assignments :				
الرقم No.	النشاط / التكليف Task/Assignment	مخرجات التعلم CILOs	الأسبوع Week due	الدرجة Mark
1	إعداد خطة بحث وتطبيقها من قبل الطلاب (لا يزيد عدد المجموعة الواحدة عن ٥ طلاب)	a.1+a.2+a.4+b.1 +b.3+c.3+d.1	بدءاً من الأسبوع 3 وحتى الأسبوع 14	30

IX. تقييم التعلم : Learning Assessment					
الرقم No.	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الأسبوع Week due	الدرجة Mark	نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي Proportion of Final Assessment	المخرجات التي يحققها Aligned CILOs
1	أخرى (حضور ومشاركة) Others	1 ~ 15	10	% 10	a.1+a.2+a.4+b.1 +b.3+c.3+d.1
2	الواجبات / الأنشطة / التكليف Homework / Tasks / Assignments	3 ~ 14	30	% 30	a.1+a.2+a.4+b.1 +b.3+c.3+d.1
3	الاختبار النهائي Final Exam	16	60	% 60	a.1+a.2+a.4+b.1 +b.3+c.3+d.1
	Total المجموع	16	100	% 100	



X. مصادر التعلم Learning Resources :	
(اسم المؤلف ، سنة النشر (بين قوسين) ، اسم الكتاب ، الطبعة ، دار النشر ، بلد النشر). (Author, (Year), Book Title, Edition, Publisher, Country of Publishing)	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين) Textbooks-not more than 2	
<p>١. حسين ، سمير محمد (2006) : <u>بحوث الإعلام</u> ، القاهرة : عالم الكتب .</p> <p>٢. الوفائي ، محمد (1989) : <u>مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية</u> ، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية.</p>	
المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) Essential References-not less than 4	
<p>1. Reinard, John C. (2006) : "<u>Communication Research Statistics</u>" (California (USA) : Sage Publication Inc) .</p> <p>2. Wimmer, Roger D. and Dominik, Joseph R. (2006) : "<u>Mass media Research : An Introduction</u>" 8th Ed, (California (USA) : Thomson Wedsworth)</p> <p>3. De Vaus, David A. (2001) : "<u>Research Design in Social Research</u>" 1st Ed (London (UK) Sage Publication , Ltd) .</p> <p>4. Mc Burney, Donald H. (2001) : "<u>Research Methods</u>" 5th Ed (USA: Wadsworth, Inc).</p> <p>٥. ريتشارد بن ، لويس دونهيو ، روبرت ثورب (1992) : "<u>تحليل مضمون الإعلام</u>" ترجمة : محمد ناجي جوهر ، ط١ (اربد - الأردن : قدسيه للنشر) .</p>	
مواد إلكترونية وإنترنت : (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites	
١. لا يوجد .	

XI. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies :	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
١.	سياسة حضور الفعاليات التعليمية (Class Attendance) : تحدها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر : طبقاً للمادة (21) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام ، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (75%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية .
٢.	الحضور المتأخر (Tardy) : يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
٣.	ضوابط الامتحان (Exam Attendance/Punctuality) : - إذا غاب الطالب عن امتحان المقرر ، وجاء بعذر طبي يتم اختباره من مائة درجة شريطة تقديم العذر للكلية خلال أسبوعين قبل أو بعد الامتحان للمقرر ، وهذا طبقاً للمادة (31) من لائحة شئون الطلاب . (من لائحة شئون الطلاب يطبق الآتي 45السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر : طبقاً للمادة) - عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر . - لا يسمح بمغادرة الاختبار من القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة .
٤.	التكليفات والمشاريع (Assignments & Projects) : السياسات المتبعة في حالات تأخير تسليم التكليف والمشاريع ومتى يجب أن تسلم إلى الأستاذ ، تحدد من قبل القسم العلمي .
٥.	الغش (Cheating) : طبقاً للمادة (72) من لائحة شئون الطلاب ، يعاقب الطالب إذا غش في المقرر ، 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 (Plagiarism) : طبقاً للمادة (79) من لائحة شئون الطلاب ، يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية .	
٧. سياسات أخرى (Other policies) : أي سياسات أخرى مثل استخدام الهاتف الجوال أو مواعيد تسليم التكاليفات..... الخ ، يتم اتخاذها من قبل أستاذ المقرر ، بما لا يتعارض مع لائحة شئون الطلاب .	

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



الجامعة : صنعاء .
الكلية : الإعلام .
القسم : العلاقات العامة والإعلان .
البرنامج : العلاقات العامة والإعلان .

نموذج خطة مقرر (بحوث في العلاقات العامة والإعلان)

Template of Course (Researches In Public Relations & Advertising)

I. معلومات عن مدرس المقرر : General information about the course instructor							
الساعات المكتبية (3 ساعات أسبوعيا) Office Hours(3 Hours Weekly)						د. عمر عبرين	الاسم Name
الخميس Thu	الأربعاء Wed	الثلاثاء Tue	الاثنين Mon	الأحد Sun	السبت Sat	قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام - جامعة صنعاء رقم الهاتف : 733419319	المكان ورقم الهاتف Location & phone number
						dr.abreen@gmail.com	البريد الإلكتروني Email

II. معلومات عامة عن المقرر : General information about the course						
بحوث في العلاقات العامة والإعلان (Researches In Public Relations & Advertising)				اسم المقرر : Course Title	١.	
PR.A.475				رمز المقرر ورقمه : Course Code and : Number	٢.	
المجموع Total	الساعات المعتمدة Credit Hours				الساعات المعتمدة للمقرر : Credit Hours	٣.
	تدريب Training	عملي Practical	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	نظري Theoretical		
3		1		2		
المستوى الرابع - الفصل الأول				المستوى والفصل الدراسي : : Level and Semester	٤.	
مناهج بحث				المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت) : : Pre-requisites (if any)	٥.	
لا يوجد				المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت) : : Co-requisites (If any)	٦.	
بكالوريوس / برنامج العلاقات العامة والإعلان				البرنامج / البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر : Program in which the course is offered :	٧.	
اللغة العربية				لغة تدريس المقرر	٨.	

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. مهدي محمد حيدر
رئيس الجامعة : د. القاسم محمد عباس



	:Teaching Language	
قسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة صنعاء	مكان تدريس المقرر Instruction location:	٩.

III. وصف المقرر الدراسي : Course Description

يهدف المقرر إلى إكساب الطلاب مهارات إعداد وتنفيذ البحوث في مجالات العلاقات العامة والإعلان .
لذلك يتناول المقرر أنواع البحوث الإعلامية ومجالاتها في العلاقات العامة والإعلان ، وخطواتها العلمية ، المتضمنة تحديد مشكلة الدراسة وصياغة
عنوانها وتحديد أهميتها وأهدافها وصياغة تساؤلاتها وفروضها ، بالإضافة إلى تحديد نوع الدراسة ومنهجها والأدوات اللازمة لجمع بياناتها ،
والمعاملات الاحصائية الملائمة لتحليل وتفسير نتائجها .
كما يتطلب المقرر تدريب الطلاب على تنفيذ بحوث تحليلية وميدانية في مجال العلاقات العامة والإعلان ، وفقاً لخطوات البحث العلمية .

IV. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر (CILOs) : Course Intended Learning Outcomes

- a.1 : يظهر المعرفة بأنواع وخطوات البحوث الإعلامية ومجالاتها في العلاقات العامة والإعلان .
a.2 : يحدد النماذج والنظريات العلمية الملائمة لبحوث العلاقات العامة والإعلان .
a.3 : يلتزم بالقوانين والأخلاقيات المرتبطة بإعداد البحوث العلمية .
b.1 : يقترح المناهج والأدوات العلمية المناسبة لتنفيذ بحوث العلاقات العامة والإعلان .
b.2 : يفسر البيانات والنتائج المستخلصة من البحوث التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .
b.3 : يستنتج من الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور المستهدف ، بحوث في مجالات العلاقات العامة والإعلان .
c.1 : يجري البحوث والدراسات في مجالات العلاقات العامة والإعلان ، باستخدام الأساليب الاحصائية المناسبة .
d.1 : ينقد بأسلوب خلاق ومستقل البحوث والدراسات التي أجريت في مجالات العلاقات العامة والإعلان .

V. محتوى المقرر : Course Contents

Theoretical Aspect : الجانب النظري

الرقم No.	وحدات/ موضوعات المقرر Course Topics/Units	المواضيع التفصيلية Sub-topics	عدد الأسابيع/ أسبوع التنفيذ No. of Weeks	الساعات الفعلية Contact Hours
1	أنواع البحوث الإعلامية	- البحوث التاريخية . - البحوث الوصفية . - البحوث الاستكشافية . - البحوث التجريبية . - بحوث المقارنة .	W1	3
2	مجالات بحوث العلاقات العامة والإعلان	- البحوث الرسمية وغير الرسمية في العلاقات العامة والإعلان . - مجالات بحوث العلاقات العامة . - مجالات بحوث الإعلان .	W2	3
3	خطوات البحث العلمي (الخطوة الأولى) تحديد المشكلة وصياغة عنوان البحث في مجال العلاقات العامة والإعلان	- الاحساس بالمشكلة البحثية - تحديد المشكلة وصياغة عنوان البحث .	W3	2

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



2	W4	- صياغة الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة . - تحديد أهداف الدراسة .	(الخطوة الثانية) صياغة الأهمية وتحديد الأهداف لبحوث العلاقات العامة والإعلان	4
2	W5	- تحديد الدراسات السابقة . - طرق عرض الدراسات السابقة .	(الخطوة الثالثة) تحديد الدراسات السابقة في مجال العلاقات العامة والإعلان	5
2	W6	- تحديد متغيرات الدراسة . - صياغة التساؤلات . - فرض الفروض .	(الخطوة الرابعة) صياغة التساؤلات والفروض	6
2	W7	- تحديد المفاهيم النظرية للدراسة . - تحديد المفاهيم الاجرائية للدراسة .	(الخطوة الخامسة) تحديد المفاهيم النظرية والإجرائية	7
2	W8	- تحديد نوع الدراسة . - تحديد منهج الدراسة .	(الخطوة السادسة) تحديد نوع ومنهج الدراسة في مجال العلاقات العامة والإعلان	8
2	W9	- تحديد مجتمع الدراسة . - تحديد عينة الدراسة .	(الخطوة السابعة) تحديد مجتمع وعينة الدراسة في مجال العلاقات العامة والإعلان	9
2	W10	- تحديد أدوات جمع البيانات	(الخطوة الثامنة) أدوات جمع البيانات لبحوث العلاقات العامة والإعلان	10
2	W11	- تحديد المعاملات الاحصائية الملائمة .	(الخطوة التاسعة) المعاملات الاحصائية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	11
2	W12	- طرق جمع البيانات المكتبية . - طرق جمع البيانات الميدانية .	(الخطوة العاشرة) طرق جمع البيانات لبحوث العلاقات العامة والإعلان	12
2	W13	- المعالجة الاحصائية للبيانات .	(الخطوة الحادية عشرة) المعالجة الاحصائية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	13
2	W14	- تحليل النتائج . - تفسير النتائج . - مقارنة النتائج بنتائج الدراسات السابقة .	(الخطوة الثانية عشرة) تحليل وتفسير نتائج بحوث العلاقات العامة والإعلان	14
3	W15	عرض ومناقشة البحوث التطبيقية	-----	15
3	W16	الاختبار النهائي	الاختبار النهائي	16
36 hours	16 weeks	إجمالي عدد الأسابيع والساعات Total number of weeks and hours		

الرقم No.	التجارب العملية/ تمارين/ تدريب Practical/Tutorial/Training	عدد الأسابيع No. of Weeks	الساعات الفعلية Contact Hours
1	-----	-----	-----
2	-----	-----	-----

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



2	W3	التدريب على تحديد المشكلة البحثية وصياغة عنوان البحث .	3
2	W4	التدريب على صياغة الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة ، وتحديد أهداف الدراسة .	4
2	W5	التدريب على تحديد الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث ، وطرق عرضها .	5
2	W6	التدريب على تحديد متغيرات الدراسة ، وصياغة التساؤلات ، فرض الفروض .	6
2	W7	التدريب على تحديد المفاهيم النظرية والإجرائية للدراسة وكيفية تعريفها .	7
2	W8	التدريب على تحديد نوع ومنهج الدراسة الملائم .	8
2	W9	التدريب على تحديد مجتمع وعينة الدراسة .	9
2	W10	التدريب على اختيار أدوات جمع البيانات المناسبة للدراسة .	10
2	W11	التدريب على اختيار المعاملات الاحصائية الملائمة .	11
2	W12	التدريب على جمع البيانات المكتبية والبيانات الميدانية .	12
2	W13	التدريب على كيفية المعالجة الاحصائية للبيانات .	13
2	W14	التدريب على تحليل وتفسير النتائج ، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة .	14
-----	-----	-----	15
-----	-----	-----	16
24 hours	12 weeks	إجمالي عدد الأسابيع والساعات Total number of weeks and hours	

VI. استراتيجيات التدريس Teaching Strategies			
طرق واستراتيجيات التدريس التي ستستخدم لتنفيذ مخرجات المقرر :			
- المحاضرات .			
- الحوار والمناقشة .			
- العروض التقديمية .			
- التعلم الذاتي .			
- خارطة المفاهيم .			
- التكاليف الفردية .			
- التعلم التعاوني .			
- العصف الذهني .			
- حل المشكلات .			
- التقارير الفردية والجماعية .			
الدرجة Mark	الأسبوع Week due	النشاط / التكليف Task/Assignment	الرقم No.
30	بدءاً من الأسبوع 3 وحتى الأسبوع 12	إعداد خطة بحث وتطبيقها من قبل الطلاب (لا يزيد عدد المجموعة الواحدة عن 5 طلاب)	1

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



نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	الأسبوع Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
% 10	10	15 ~ 1	أخرى Others : (حضور ومشاركة)	1
% 30	30	12 ~ 3	الواجبات / الأنشطة / التكاليف Homework / Tasks / Assignments	2
% 60	60	16	الاختبار النهائي Final Exam	3
% 100	100	16	المجموع Total	

VII. مصادر التعلم : Learning Resources	
<p>المراجع الرئيسية Textbooks :</p> <p>١. حسين ، سمير محمد (2006) : <u>بحوث الإعلام</u> ، القاهرة : عالم الكتب .</p> <p>٢. الوفائي ، محمد (1989) : <u>مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية</u> ، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية.</p>	
<p>المراجع المساعدة (لا تقل عن أربعة) Essential References :</p> <p>1. Reinard, John C. (2006) : "<u>Communication Research Statistics</u>" (California (USA) : Sage Publication Inc) .</p> <p>2. Wimmer, Roger D. and Dominik, Joseph R. (2006) : "<u>Mass media Research : An Introduction</u>" 8th Ed, (California (USA) : Thomson Wedsworth)</p> <p>3. De Vaus, David A. (2001) : "<u>Research Design in Social Research</u>" 1st Ed (London (UK) Sage Publication , Ltd) .</p> <p>4. Mc Burney, Donald H. (2001) : "<u>Research Methods</u>" 5th Ed (USA: Wadsworth, Inc).</p> <p>٥. ريتشارد بن ، لويس دونيهيو ، روبرت ثورب (1992) : "<u>تحليل مضمون الإعلام</u>" ترجمة : محمد ناجي جوهر ، ط ١ (اربد - الأردن : قدسيه للنشر) .</p>	
<p>مواد إلكترونية وإنترنت : (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites :</p> <p>١.</p>	

VIII. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies :	
١.	سياسة حضور الفعاليات التعليمية (Class Attendance) : تحدها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر : طبقاً للمادة (21) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام ، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (75%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية .
٢.	الحضور المتأخر (Tardy) : يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
٣.	ضوابط الامتحان (Exam Attendance/Punctuality) : - إذا غاب الطالب عن امتحان المقرر ، وجاء بعذر طبي يتم اختباره من مائة درجة شريطة تقديم العذر للكلية خلال أسبوعين قبل أو بعد الامتحان للمقرر ، وهذا طبقاً للمادة (31) من لائحة شئون الطلاب . (من لائحة شئون الطلاب يطبق 45السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر : طبقاً للمادة) الآتي : - عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر .



	- لا يسمح بمغادرة الاختبار من القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة .
٤.	التكليفات والمشاريع (Assignments & Projects) : السياسات المتبعة في حالات تأخير تسليم التكليف والمشاريع ومتى يجب أن تسلّم إلى الأستاذ ، تحدد من قبل القسم العلمي .
٥.	الغش (Cheating) : طبقاً للمادة (72) من لائحة شؤون الطلاب ، يعاقب الطالب إذا غش في المقرر ، بإحدى العقوبات التالية : ٣. إلغاء اختبار الطالب في المقرر . ٤. الحرمان من الاختبار في مقرر أو أكثر (حسب ما تحدده لجنة العقوبات بالكلية) .
٦.	الانتحال (Plagiarism) : طبقاً للمادة (79) من لائحة شؤون الطلاب ، يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية .
٧.	سياسات أخرى (Other policies) : أي سياسات أخرى مثل استخدام الهاتف الجوال أو مواعيد تسليم التكليفات..... الخ ، يتم اتخاذها من قبل أستاذ المقرر ، بما لا يتعارض مع لائحة شؤون 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	
٢	أ.د/ إبراهيم المطاع	نائب رئيس الجامعة للشؤون الأكاديمية	