



توصيف مقرر: حملات العلاقات العامة

الجامعة: صنعاء Sana'a

الكلية: الإعلام Mass Communication

القسم: العلاقات العامة والإعلان

البرنامج: العلاقات العامة والإعلان

1. معلومات عامة عن المقرر:				
حملات العلاقات العامة Public Relations Campaigns				1- اسم المقرر:
PR.A.366				2- رمز المقرر ورقمه:
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	3- الساعات المعتمدة:
3		1	2	
المستوى: الثالث الفصل: الثاني				4- المستوى والفصل الدراسي:
ادارة العلاقات العامة				5- المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):
لا يوجد				6- المتطلبات المصاحبة (إن وجدت):
بكالوريوس - العلاقات العامة والإعلان				7- البرنامج الذي يدرس له المقرر:
اللغة العربية				8- لغة تدريس المقرر:
فصلي / انتظام				9- نظام الدراسة:
د. فؤاد علي سعدان				10- معد مواصفات المقرر:
1- د/ مهدي محمد حيدر 2- أ.م.د/ علي مهيب البريهي 3- د/ عمر مقبول عيرين 4- د/ هزاع مرشد شرف				11- أسماء لجنة المراجعة والتعديل للمقرر:
5- د/ منصور حمود المنتصر 6- أ.جمال محمد سيلان 7- أ.عبده علي الصوفي				
مجلس القسم: 2020/6/4 م مجلس الكلية: 2020/6/16 م				12- تاريخ اعتماد مواصفات المقرر:

2. وصف المقرر:
يهدف المقرر الى اكساب الطالب معارف ومهارات تخطيط وادارة حملات العلاقات العامة، حيث يتناول مفهوم تخطيط حملات العلاقات العامة، وتعريف حملات العلاقات العامة وعلاقتها بالمفاهيم الاخرى وانواعها، كما يتضمن المقرر خطوات التخطيط لحملات العلاقات العامة والتي تشمل تحليل الموقف ثم تحديد الأهداف وتحديد ودراسة الجمهور، وكذلك وضع الاستراتيجية العامة، واختيار الوسائل والأنشطة، وتحديد الميزانية والاحتياجات، ثم جدولة الحملة وأخيرا التقييم.

3. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر
a1 يظهر المعرفة بمفهوم حملات العلاقات العامة وانواعها وخطواتها.

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



- a2 يصف الخصائص الثقافية للجمهور المستهدف وتأثيراتها على حملات العلاقات العامة.
b1 يخطط حملات العلاقات العامة وفق الاساليب العلمية.
b2 يحلل البيانات والمعلومات المستخدمة في تخطيط حملات العلاقات العامة .
b3 يقترح الأساليب المناسبة لإدارة حملة العلاقات العامة وفق الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور.
c1 يدير حملات العلاقات العامة وبرامجها في المؤسسات المختلفة
c2 يوظف المعارف النظرية في تخطيط حملات العلاقات العامة بكفاءة وفعالية .
d1 يقدم افكار وحلول مبتكرة للمشكلات التي تواجه تنفيذ حملات العلاقات العامة.
d2 يشارك ضمن فريق إدارة وتنفيذ حملة علاقات عامة

٤. موازنة مخرجات التعلم المقصودة للبرنامج بالمقرر (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 بمفهوم حملات العلاقات العامة وانواعها وخطواتها.	A1. يظهر المعرفة بالثقافة العامة ومفاهيم ونظريات الاتصال والإعلام وخطوات البحث العلمي، ووظائف الاتصال وتأثيراته وأدواره المجتمعية وتطوره النظري والتطبيقي.
a3 يصف الخصائص الثقافية للجمهور المستهدف وتأثيراتها على حملات العلاقات العامة.	A3. يصف التعدد الثقافي للأفراد والشعوب وأشكال التنوع الأخرى في المجتمع وتأثيرها على الإعلام وممارسة العلاقات العامة والإعلان.

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 حملات العلاقات العامة وفق الاساليب العلمية.	B2. يخطط البرامج الاتصالية وحملات العلاقات العامة والإعلان والفعاليات والمناسبات وإدارة الأزمات بفاعلية وكفاءة.
b3 يحلل البيانات والمعلومات المستخدمة في تخطيط حملات العلاقات العامة .	B3. يفسر النتائج والبيانات المتعلقة بالبحوث والدراسات العلمية ويقيم المعلومات المتعلقة بممارسة العلاقات العامة والإعلان.
b4 يقترح الأساليب المناسبة لإدارة حملة العلاقات العامة وفق الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور.	B4. يحلل الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور المستهدف ويقترح أساليب ووسائل الاتصال المناسبة لحملات العلاقات العامة والإعلان وفق المبادئ الاخلاقية والمهنية.

المهارات العملية والمهنية :

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	
مخرجات البرنامج (مهارات عملية ومهنية)	مخرجات المقرر (مهارات عملية ومهنية)
بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:
C1. يدير العلاقات العامة والحملات الإعلانية والإعلامية المختلفة والمناسبات والأحداث الخاصة والازمات بفاعلية وكفاءة.	C1 يدير العلاقات العامة والحملات الإعلانية والإعلامية المختلفة والمناسبات والأحداث الخاصة والازمات بفاعلية وكفاءة.
C2. يطبق المعرفة بعلوم الاتصال والعلاقات العامة والإعلان في كتابة وتصميم رسائل اتصالية مبتكرة لحملات العلاقات العامة والإعلان.	C2. يوظف المعارف النظرية في تخطيط حملات العلاقات العامة بكفاءة وفعالية.

المهارات العامة:	
يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر	
مخرجات البرنامج (مهارات عامة)	مخرجات المقرر (مهارات عامة)
بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:
D1. يفكر بشكل نقدي وخلاق ومستقل.	d1 يقدم افكار وحلول مبتكرة للمشكلات التي تواجه تنفيذ حملات العلاقات العامة.
D4. يمتلك مهارات القيادة والعمل الجماعي واتخاذ القرارات.	d4 يشارك ضمن فريق في إدارة وتنفيذ حملة علاقات عامة

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 بمفهوم حملات العلاقات العامة وانواعها وخطواتها.	المحاضرة	اختبار تحريري
a3 يصف الخصائص الثقافية للجمهور المستهدف وتأثيراتها على حملات العلاقات العامة.	العروض العلمية الحوار والمناقشة	تقييم واجبات وأنشطة الامتحان الشفوي الامتحان النهائي

ثانياً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
b2 يخطط حملات العلاقات العامة وفق الأساليب العلمية.	المحاضرة	اختبار تحريري
b3 يحلل البيانات والمعلومات المستخدمة في تخطيط حملات العلاقات العامة.	العصف الذهني الحوار والمناقشة التدريبات العملية التفكير الناقد	التكاليف المنزلية تقييم الواجبات والأنشطة
b4 يقترح الأساليب المناسبة لإدارة حملة العلاقات العامة وفق الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور.		



ثالثاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر/ المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
c1 يدير حملات العلاقات العامة وبرامجها في المؤسسات المختلفة	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرات العصف الذهني التدريبات العملية التعلم التعاوني 	<ul style="list-style-type: none"> تقييم الواجبات والأنشطة واجبات منزلية الامتحان النهائي الملاحظة
c2 يوظف المعارف النظرية في تخطيط حملات العلاقات العامة بكفاءة وفعالية .		

رابعاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
d1 يقدم افكار وحلول مبتكرة للمشكلات التي تواجه تنفيذ حملات العلاقات العامة.	<ul style="list-style-type: none"> المحاضرة العمل الجماعي التعاوني التدريبات العملية التعلم الذاتي 	<ul style="list-style-type: none"> التكاليف المنزلية تقييم الواجبات والأنشطة اختبارات شفوية
d4 يشارك ضمن فريق في إدارة وتنفيذ حملة علاقات عامة		

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 الفعالية	مخرجات تعلم المقرر
1	مفهوم حملات العلاقات العامة	تعريف التخطيط الاستراتيجي واهميته في العلاقات العامة، تعريف حملات العلاقات العامة، وانواعها	W1	3	a3+a1
2	خطوات تخطيط حملات العلاقات العامة	الخطوة الاولى صياغة مهمة المنظمة ، (صياغة المشكلة	W1	3	b3+d4+b4+d1
3	تحليل الموقف	تعريف تحليل الموقف، تحليل سوات ، نقاط القوة والضعف، والفرص والتحديات	W1	٢	b3+d4+b4+d1
4	تحديد وصياغة اهداف الحملة	تعريف الهدف، الاهداف الاستراتيجية ، خصائصها ،تحديد الاهداف الاجرائية وكتابتها	W1	٢	a1+c1+d4+b4+d1+ b2



a1+c1+d4+b4	٢	W1	تعريف الجمهور، أنواع الجماهير تقسيمات الجماهير، دراسة الجمهور، تحليل adopts	تحديد ودراسة الجماهير	5
c1+d1+d4	3	W1	تعريف الاستراتيجية، تعريف التكنيكات، سلم التخطيط الاستراتيجي	استراتيجيات وتكنيكات الحملة	6
c1+d1+d4	3	W1	استراتيجيات الاتصال لرولر، الاعلامية، الاقناع، الحوار، بناء الاجماع	الاستراتيجية الاتصالية للعلاقات العامة	7
c1+d1+d4	3	W1	نموذج هيراركية التأثير، نموذج احتمالية التفكير،	الاستراتيجيات المفسرة لكيفية استجابة المتلقي	8
c1+d1+d4	3	W1	استراتيجية الاتساق، المشاركة، التصنيف، التأثير، الاستقلال، حل المشكلة، الاستراتيجيات الوجدانية، الصورة الذهنية، تقليل التوتر، التعبير، الدفاع الذاتي، التكرار، التأكيد	الاستراتيجيات العاطفية والمنطقية	9
a1+c1+d4+b2+b4	3	W1	التكنيكات الخاصة بالجمهور، التكنيكات الخاصة بالرسالة،	التكنيكات	10
	٢	W1	تحديد الوسائل المستخدمة في الحملة، التكنيكات الخاصة باختيار الوسائل	اختيار الموضوعات والانشطة	11
a1+c1+d4+d1+b4	2	W1	ميزانية الحملة احتياجات حملة	تحديد الميزانية والاحتياجات	12
d4+b4+a1	2	W1	جدولة الحملة استراتيجيات الجدولة جدول جانت	جدولة الحملة	13
c2+c1+a1+d1+b4	3	W1	تعريف التقويم وأهميته اساليب التقويم طرق التقويم	الخطوة الثامنة التقويم	14
	36	14	إجمالي الأسابيع والساعات		

ثانياً: الجانب العملي:

تكتب تجارب (مواضيع) العملي				
الرقم	التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	مخرجات التعلم
3	تدريب على تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات لإحدى المنظمات	W1	٢	b3+b4+d4
4	تدريب على كتابة اهداف حملات العلاقات العامة	W1	٢	b2+c1+d1+d4

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: أ.د/ القاسم محمد عباس



a3,c2	٢	W1	تدريب على تحديد الجمهور للحملة	5
b2+b4+c1+c2+d1+d4	٢	W1	تدريب على اختيار وسائل الاتصال لحملات العلاقات العامة	11
b2+c1+d1+d4	٢	W1	تدريب على وضع ميزانية تقديرية لحملة مقترحة	12
b2+b4+c1+d1+d4	٢	W1	تدريب على رسم جداول تنفيذية لحملة مقترحة	13
	21	6	إجمالي الأسابيع والساعات	

٧. استراتيجيات التدريس:	
المحاضرة	
العصف الذهني	
التفكير الناقد.	
العروض العلمية	
التعلم الذاتي	
الحوار والنقاش داخل القاعة	
التدريبات العملية والتعاونية.	
العمل الجماعي التعاوني	

٨. الأنشطة والتكاليف:				
الرقم	النشاط / التكاليف	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	تخطيط حملة علاقات عامة لا يزيد عدد المجموعة عن ٥ طلاب)	a1+b2+d1+d4 +b4+c2	١٣-٣	٢٠
	الإجمالي			٢٠

٩. تقييم التعلم:					
الرقم	أنشطة التقييم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الواجبات / الأنشطة / التكاليف	١٣-٣	٢٠	%٢٠	a1+b2+d1+d4 +b4+c2
2	مشاركة	١٤-١	١٠	%١٠	a1+b2+d1+b4+a3
3	اختبار نصفي	٨	١٠	%١٠	a1+b2+d1+b4+a3
4	الاختبار النهائي	١٦	٦٠	%٦٠	a1+b2+d1+d4 +b4+c2



	الإجمالي	١٠٠	١٠٠%
--	----------	-----	------

مصادر التعلم:	
(اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)	
١. فؤاد علي حسين سعدان (٢٠٢٠) حملات العلاقات العامة، المتفوق للطباعة والنشر - صنعاء	
٢. راسم الجمال، خيرت عياد (٢٠٠٦) العلاقات العامة - المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة	
المراجع المساعدة	
١. عبد الرحمن بن حمود العناد (١٤١٤ هـ)، تخطيط وإدارة برامج العلاقات العامة، ط١، مطابع التقنية، الرياض	
٢. أن غريغوري، ترجمة أديب خضور (٢٠٠٨)، إدارة حملات العلاقات العامة وتخطيطها، ط١ الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، دمشق	

١. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
1.	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.
2.	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
3.	ضوابط الامتحانات: ❖ 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 (٣١) من لائحة شئون الطلاب. ❖ 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.
4.	التكليفات / المهام والمشاريع: في حال تأخر التكاليف والمشاريع ومتى تسلم لأستاذ المقرر: يحدد سياسة ذلك القسم العلمي.
5.	العش: 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).
6.	الانتحال: يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية طبقاً للمادة (٧٩) من لائحة شئون الطلاب.
7.	سياسات أخرى: مثل استخدام الموبايل أو ... الخ : يتم اتخاذها من أستاذ المقرر حسب لائحة شئون الطلاب.

خطة مقرر مادة/ حملات العلاقات العامة

الجامعة: صنعاء Sana'a

الكلية: الإعلام Mass Communication

القسم: العلاقات العامة والإعلان

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



البرنامج: العلاقات العامة والإعلان

معلومات عن مدرس المقرر:						
الاسم			د/ فؤاد علي سعدان			
المكان ورقم الهاتف			صنعاء ٧٣٥٤٤٠٠٨٥			
الساعات المكتبية (٣ / أسبوعيا)						
الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت	
البريد الإلكتروني			Fouads2010@gmail.com			

١. معلومات عامة عن المقرر:						
اسم المقرر:			حملات العلاقات العامة Public Relations Campaigns			
رمز المقرر ورقمه:			PR.A.366			
الساعات المعتمدة للمقرر:			الساعات			
المجموع	نظري	سمنار	عملي	تدريب		
٣						
المستوى والفصل الدراسي:			المستوى: الثالث الفصل: الثاني			
المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):			ادارة العلاقات العامة			
المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):			لا يوجد			
البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:			بكالوريوس - العلاقات العامة والإعلان			
لغة تدريس المقرر:			اللغة العربية			
مكان تدريس المقرر:			كلية الإعلام			

٢. وصف المقرر الدراسي:						
يهدف المقرر الى اكساب الطالب معارف ومهارات تخطيط وادارة حملات العلاقات العامة، حيث يتناول مفهوم تخطيط حملات العلاقات العامة، وتعريف حملات العلاقات العامة وعلاقتها بالمفاهيم الاخرى وانواعها، كما يتضمن المقرر خطوات التخطيط لحملات العلاقات العامة والتي تشمل تحليل الموقف ثم تحديد الأهداف وتحديد ودراسة الجمهور، وكذلك وضع الاستراتيجية العامة، واختيار الوسائل والأنشطة، وتحديد الميزانية والاحتياجات ، ثم جدولة الحملة وأخيرا التقويم.						

٣. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر						
a1 يظهر المعرفة بمفهوم حملات العلاقات العامة وانواعها وخطواتها.						
a2 يصف الخصائص الثقافية للجمهور المستهدف وتأثيراتها على حملات العلاقات العامة.						
b1 يخطط حملات العلاقات العامة وفق الاساليب العلمية.						

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



- b2 يحلل البيانات والمعلومات المستخدمة في تخطيط حملات العلاقات العامة .
b3 يقترح الأساليب المناسبة لإدارة حملة العلاقات العامة وفق الواقع الاجتماعي والثقافي للجمهور.
c1 يدير حملات العلاقات العامة وبرامجها في المؤسسات المختلفة
c2 يوظف المعارف النظرية في تخطيط حملات العلاقات العامة بكفاءة وفعالية .
d1 يقدم افكار وحلول مبتكرة للمشكلات التي تواجه تنفيذ حملات العلاقات العامة.
d2 يشارك ضمن فريق إدارة وتنفيذ حملة علاقات عامة

٤. محتوى المقرر:

الجانب النظري:

الرقم	وحدات المقرر	المواضيع التفصيلية	أسبوع التنفيذ	الساعات الفعلية
1	مفهوم حملات العلاقات العامة	تعريف التخطيط الاستراتيجي واهميته في العلاقات العامة، تعريف حملات العلاقات العامة، وانواعها	W1	3
2	خطوات تخطيط حملات العلاقات العامة	الخطوة الاولى صياغة مهمة المنظمة ، صياغة المشكلة)	W2	3
3	تحليل الموقف	تعريف تحليل الموقف، تحليل سوات ، نقاط القوة والضعف، والفرص والتحديات	W3	2
4	تحديد وصياغة اهداف الحملة	تعريف الهدف، الاهداف الاستراتيجية ، خصائصها ، تحديد الاهداف الاجرائية وكتابتها	W4	2
5	تحديد ودراسة الجماهير	تعريف الجمهور، انواع الجماهير تقسيمات الجماهير، دراسة الجمهور، تحليل adopts	W5	2
6	استراتيجيات وتكتيكات الحملة	تعريف الاستراتيجية، تعريف التكتيكات، سلم التخطيط الاستراتيجي	W6	3
7	الاستراتيجية الاتصالية للعلاقات العامة	استراتيجيات الاتصال لرولر، الاعلامية، الاقناع ، الحوار، بناء الاجماع	W7	3
8	امتحان نصفي		W8	3
9	، الاستراتيجيات المفسرة لكيفية استجابة المتلقي	نموذج هيراركية التأثير، نموذج احتمالية التفكير،	W9	3
10	الاستراتيجيات العاطفية والمنطقية	استراتيجية الاتساق، المشاركة، التصنيف، التأثير، الاستقلال، حل المشكلة، الاستراتيجيات الوجدانية، الصورة الذهنية، تقليل التوتر، التعبير، الدفاع الذاتي، التكرار، التأكيد	W10	3
11	التكتيكات	التكتيكات الخاصة بالجمهور، التكتيكات الخاصة بالرسالة،	W11	3



2	W12	تحديد الوسائل المستخدمة في الحملة، التكنيكات الخاصة باختيار الوسائل	اختيار الموضوعات والانشطة	12
2	W13	ميزانية الحملة احتياجات الحملة	تحديد الميزانية والاحتياجات	13
2	W14	جدولة الحملة استراتيجيات الجدولة جدول جانتي	جدولة الحملة	14
3	W15	تعريف التقويم وأهميته اساليب التقييم طرق التقييم	الخطوة الثامنة التقييم	15
3	W16		امتحان نهائي	16
42	16	عدد الأسابيع والساعات		

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	أسبوع التنفيذ	الساعات الفعلية
١	تدريب على تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات لإحدى المنظمات	W3	٢
٢	تدريب على كتابة اهداف حملات العلاقات العامة	W4	٢
٣	تدريب على تحديد الجمهور للحملة	W5	٢
٤	تدريب على اختيار وسائل الاتصال لحملات العلاقات العامة	W12	٢
٥	تدريب على وضع ميزانية تقديرية لحملة مقترحة	W13	٢
٦	تدريب على رسم جداول تنفيذية لحملة مقترحة	W14	٢
إجمالي الأسابيع والساعات			12

٥. استراتيجية التدريس:
المحاضرة
العصف الذهني
التفكير الناقد.
العروض العلمية
التعلم الذاتي
الحوار والنقاش داخل القاعة
التدريبات العملية والتعاونية.



العمل الجماعي التعاوني

٦. الأنشطة والتكليفات:

الرقم	النشاط/ التكليف	أسبوع التنفيذ	الدرجة (إن وجدت)
1	تخطيط حملة علاقات عامة لا يزيد عدد المجموعة عن ٥ طلاب)	١٣-٣	٢٠
	الإجمالي		٢٠

٧. تقييم التعلم:

الرقم	موضوعات التقييم	الأسبوع	الدرجة	الوزن النسبي (نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي)
1	الواجبات / الأنشطة / التكليف	١٣ - ٣	٢٠	٢٠%
2	مشاركة	١٤ - ١	١٠	١٠%
3	اختبار نصفي	٨	١٠	١٠%
4	الاختبار النهائي	١٦	٦٠	٦٠%
	المجموع		١٠٠	١٠٠%

٨. مصادر التعلم:

المراجع الرئيسية:

١. فؤاد علي حسين سعدان (٢٠٢٠) حملات العلاقات العامة ، المتفوق للطباعة والنشر - صنعاء
٢. راسم الجمال ، خيرت عياد (٢٠٠٦) العلاقات العامة - المدخل الاستراتيجي ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة

المراجع المساعدة:

١. عبد الرحمن بن حمود العناد (١٤١٤ هـ) ، تخطيط وإدارة برامج العلاقات العامة ، ط١ ، مطابع التقنية، الرياض
٢. آن غريغوري ، ترجمة أديب خضور (٢٠٠٨) ، إدارة حملات العلاقات العامة وتخطيطها ، ط١ الأكاديمية السورية للتدريب والتطوير ، دمشق

٩. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:

١. سياسية الحضور للمحاضرة ، ومتى يعتمد الغياب ونسبته : تحددها الكلية وفق اللائحة.

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



٢	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.
٣	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة. ضوابط الامتحانات: ❖ 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 (٣١) من لائحة شئون الطلاب. ❖ 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	
٢	أ.د/ إبراهيم المطاع	نائب رئيس الجامعة للشئون الأكاديمية	