



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.عبده 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

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



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

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

المعرفة والفهم:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

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

المهارات الذهنية:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

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

المهارات العملية والمهنية :

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:
C3 - يجري البحوث والدراسات الإعلامية وفق خطوات البحث العلمي.	c3 يتقن مهارة رصد الشائعات وتحليلها، وإجراء بحوث الراي العام وقياسه.
C4 - يكتب ويحرر المضامين لمختلف الوسائل والوسائط الإعلامية	c4 يوظف الاساليب العلمية في تشكيل الراي العام والدعاية في كتابة الرسائل الاتصالية القادرة على التأثير في الراي العام.

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 - 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 بتوعية الراي العام وفق الاساليب الاقناعية الاخلاقية
D3- يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع.	

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 الاقناعية 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 الذهني. ١٢- الحضور والمشاركة.
d3 يلتزم بتوعية الراي العام وفق الاساليب الاقناعية الاخلاقية.	٤. العصف الذهني ٥. الحوار والنقاش داخل الصف	١٣- تقييم المناقشة والحوار. ١٤- تقييم العصف الذهني



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 الرأي العام	شروط وجود الرأي العام وتعريفاته وخصائصه وعلاقته ببعض المفاهيم، ووظائفه	1	3	a1,a4,d1,d3
2	مكونات الرأي العام	المكونات: الفسيولوجية، النفسية، العادات والقيم، الدين، التعليم، الثقافة، النظام السياسي، الأحداث، الإعلام ، قادة الرأي	1	3	a1,a4,b2,, d1,d3
3	مقومات الرأي العام، ومراحل تكوينه	المقومات: الجماعة، نشأة القضية، المناقشة التكوين: الجماعات الأولية، الزعامة، الملازمة، المراحل: الإدراك، الرأي الفردي، الصراع، التحول	1	3	a1,a4,b2,, d1,d3
4	انواع الرأي العام	وفقاً: لعمق التأثير، للزمن، لنوع الرأي، للكلم، للتواجد، للظهور، للناطق الجغرافي	1	3	a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3
5	أساليب تغيير الرأي العام	الترتيل ، الإثارة العاطفية ، عرض الحقائق ، ، تحويل الانتباه ، إثارة الرعب والانتباه ، الشائعات تأثير الإعلام على الرأي العام تفكك الرأي 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 والتزييف ، الإيقاع والتناغم ، التقليل من أهمية الشيء ، التضليل ، السخرية ، الاختيار ، لفت الأنظار ، النكتة ، الكاريكاتير ، الأسلوب الديني ، أسلوب	1	3	a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3



			الشعارات ، الاسلوب العلمي ، التكرار ، الإثارة العاطفية ،أفتعال 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	اقتناع الرأي العام	9
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	الأساليب المستخدمة في الرسالة الاتصالية ، الأساليب التكتيكية،.	اساليب لإقناع	10
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	الاستراتيجيات: النفسية ، الثقافية ، بناء المعنى. الاستمالات العاطفية ، العقلية ، التخويف	إستراتيجيات الإقناع واستمالاته	11
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	مفهوم القياس، اهميته، مشكلات قياسات الراي العام، محتويات قياسات الرأي العام، تقسيم بحوث الرأي العام.	قياس الرأي العام	12
a1,a4,b2,,b4, ,c4,d1,d3	3	1	ل طرق: الكمية، الكيفية. مراحل وخطوات إجراء استقصاء الرأي العام: تحديد الهدف، تصميم خطة القياس، ادوات جمع البيانات.	طرق قياس الرأي العام	13
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	مراحل إجراء قياس الرأي العام	14
	42		إجمالي الأسابيع والساعات (١٤) اسبوع		

ثانياً: الجانب العملي:

لا يوجد



٧. استراتيجية التدريس:

المحاضرة والعرض العلمي
العصف الذهني
التفكير الناقد.
الحوار والتقاش 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 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- بسيوني 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 وإترنت: (إن وجدت)

رئيس القسم	نائب العميد لشئون الجودة	عميد الكلية	عميد مركز التطوير وضمان الجودة	رئيس الجامعة
د/ سامية عبد المجيد الأغبري	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	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 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 الفقية			
المكان ورقم الهاتف			00967775215690			
البريد الإلكتروني						
الساعات المكتبية (٣ / أسبوعيا)						
الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت	

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

٣. وصف المقرر الدراسي:	
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

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



- a1 يظهر المعرفة بمفاهيم الراي العام والدعاية والشائعات واساليب كل منها وطرق إجرائها.
a2 يدرك اسس ومنهجية قياس الراي العام وتحليل الشائعات.
b1 يخطط بفاعلية للمحتوى الاعلامي وفق الاساليب العلمية للتأثير في الراي العام.
b2. يقترح رسائل إعلامية مبتكرة مستخدماً الإستمالات الاقناعية للتأثير على الراي العام.
c1 يتقن مهارة رصد الشائعات وتحليلها، وإجراء بحوث الراي العام وقياسه.
c2 يوظف الاساليب العلمية في تشكيل الراي العام والدعاية في كتابة الرسائل الاتصالية القادرة على التأثير في الراي العام.
d1 يتعاون مع فريق بحث علمي في رصد ومواجهات الدعاية المعادية.
d2 يلتزم بتوعية الراي 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 الراي العام	شروط وجود الراي العام وتعريفاته وخصائصه وعلاقته ببعض المفاهيم، ووظائفه	W1	3
2	مكونات الراي العام	المكونات: الفسيولوجية، النفسية، العادات والقيم، الدين، التعليم، الثقافة، النظام السياسي، الأحداث، الإعلام، قادة الراي	W2	3
3	مقومات الراي العام، ومراحل تكوينه	المقومات: الجماعة، نشأة القضية، المناقشة التكوين: الجماعات الأولية، الزعامة، الملازمة، المراحل: الادراك، الراي الفردي، الصراع، التحول	W3	3
4	انواع الراي العام	وفقاً: لعقق التأثير، للزمن، لنوع الراي، للكم، للتواجد، للظهور، للنطاق الجغرافي	W4	3
5	أساليب تغيير الراي العام	الترتيل، الإثارة العاطفية، عرض الحقائق، تحويل الانتباه، إثارة الرعب والانتباه، الشائعات. تأثير الإعلام على الراي العام. تفكك الراي 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
8	أسس الدعاية وقوانينها	الأسس، شروط الدعاية الناجحة، القوانين، مبادئ استخدام الدعاية، وقواعدها	W8	3
9	أساليب الدعاية ووسائلها	التهويل، التشويه، الكذب والتزييف، الإيقاع والتناغم، التقليل من أهمية الشيء، التضليل، السخرية، الاختيار، لفت الأنظار، النكتة، الكاريكاتير، الأسلوب الديني، أسلوب الشعارات، الأسلوب العلمي، التكرار، الإثارة العاطفية، افتعال الأزومات، إثارة الرعب والفوضى. الوسائل الجماهيرية، والوسائل التكتيكية	W9	3

رئيس القسم

نائب العميد لشئون الجودة

عميد الكلية

عميد مركز التطوير وضمان الجودة

رئيس الجامعة

د/ سامية عبد المجيد الأغبري

د. مهدي محمد حيدر

د. عمر أحمد داعر

أ.م.د/ هدى العماد

أ.د/ القاسم محمد عباس



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 إقناع	11
3	W12	الاستراتيجيات: النفسية ، الثقافية ، بناء المعنى. الاستمالات العاطفية ، العقلية ، التخويف	إستراتيجيات الإقناع واستمالاته	12
3	W13	مفهوم القياس، أهميته، مشكلات قياسات الرأي العام، محتويات قياسات الرأي العام، تقسيم بحوث الرأي العام.	قياس الرأي العام	13
3	W14	لنظر: الكمية، الكيفية. مراحل وخطوات إجراء استقصاء الرأي العام: تحديد الهدف، تصميم خطة القياس، ادوات 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

- 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)	٩-١٤	20
2	الاجمالي		20

رئيس القسم

د/ سامية عبد المجيد الأغبري

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



٨. تقييم التعلم:				
الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم / اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي (نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي)
١	الواجبات / الأنشطة / التكاليف	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 المتنبى، ٢٠١٥)	
٢. عاطف عدلي العبد: الرأي العام واساليب قياسه (القاهرة: العربي للنشر، ٢٠٠٧)	
المراجع المساعدة	
١. بسوني 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 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	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).	
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	