



الجامعة : صنعاء Sana'a

الكلية : الإعلام Mass Communication

القسم : العلاقات العامة والإعلان

البرنامج : العلاقات العامة والإعلان

خطة مقرر : استراتيجيات العلاقات العامة والإعلان

Public Relations & Advertising Strategies

معلومات عن أستاذ المقرر Information about Faculty Member Responsible for the Course							
3 / اسبوعياً		الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours				د. عمر البخيتي	الاسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	جامعة صنعاء 77	المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.
						@gmail.com	البريد الإلكتروني E-mail

General Information About the Course :				المعلومات العامة عن المقرر :	
استراتيجيات العلاقات العامة والإعلان				اسم المقرر Course Title	1
MA.PRA.605				رمز المقرر ورقمه Course Code and Number	2
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	3
	سمنار/ تمارين Seminar/Tutoria	عملي Practica	محاضرات Lecture		
3			3	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester	4
تمهيدي ماجستير - الفصل الدراسي الأول				المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)	5
				المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)	6
ماجستير - العلاقات العامة والإعلان				البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered	7
اللغة العربية				لغة تدريس المقرر Language of teaching the course	8
قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام				مكان تدريس المقرر Location of teaching the course	9

ملاحظة: الساعة المعتمدة للتمارين تساوي ساعتين فعليتين خلال التدريس.

1

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



Course Description:

وصف المقرر :

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات الأساسية عن استراتيجيات العلاقات العامة والإعلان . حيث يحتوي المقرر على مفاهيم الاستراتيجية وأنواع استراتيجيات العلاقات العامة ، بالإضافة إلى استراتيجيات إدارة السمعة واستراتيجيات التعامل مع الأزمات ، وتقسيماً أخرى للاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة . كما يحتوي المقرر على تعريفات عن استراتيجيات الإعلان الإبداعية ونماذجها وأنواعها ، إلى جانب الاستمالات الإعلانية وتقسيماتها ، وكذلك استراتيجيات الوسائل ال وكذلك استراتيجيات الوسائل الإعلانية .

Course Content

محتوى المقرر

خطة تنفيذ الموضوعات النظرية :Theoretical Aspect

الرقم Order	الوحدات (الموضوعات الرئيسية) Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics	الأسبوع Week Due	الساعات الفعلية Con. H
1	التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة	- مفهوم التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة . - مزايا التخطيط لأنشطة العلاقات العامة . - دور التخطيط الاستراتيجي . - مكونات التخطيط الاستراتيجي .	W1	3
2	استراتيجيات الرسالة الإعلامية	- مفهوم الرسالة الإعلامية . - أنواع الرسائل الإعلامية - عوامل نجاح الرسالة الإعلامية . - تأثير الرسالة الإعلامية على المتلقي . - أنواع الاستمالات الإعلامية .	W2	3
3	استراتيجيات الاتصال في العلاقات العامة	- استراتيجية الاتصال لـ "Ruler" . - استراتيجية الإعلام . - استراتيجية الإقناع . - استراتيجية بناء الإجماع . - استراتيجية الحوار .	W3	3
4	استراتيجيات العلاقات العامة (الاستراتيجية الإعلامية)	- تعريف الاستراتيجية . - الاستراتيجية الإعلامية . - مفهوم الاستراتيجية الإعلامية ٣ . - خطوات بناء الاستراتيجية الإعلامية .	W4	3
5	استراتيجيات الإقناع	- تعريف الإقناع . - عوامل نجاح الإقناع . - أقسام استجابات الجمهور لرسائل الإقناع . - عناصر الإقناع .	W5	3
6	استراتيجية الدعاية	- الدعاية والعلاقات العامة . - مفاهيم الدعاية . - خصائص الدعاية . - العناصر الرئيسية للدعاية . - تجربة الدعاية الألمانية .	W6	3
7	استراتيجيات إدارة السمعة	- الاستراتيجيات الاتصالية لبناء سمعة المنظمة . - الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة السمعة وقت المخاطر والأزمات - تكتيكات إدارة السمعة الالكترونية . - إدارة السمعة عبري موقع المنظمة .	W7	3



3	W8	<ul style="list-style-type: none"> - مفهوم إدارة الأزمة . - أنواع الأزمات . - أسس تخطيط الاتصال لمرحلة ما قبل الأزمة - استراتيجيات الرسائل الاتصالية أثناء الأزمات . - الاستراتيجيات الأربع للرسائل الإقناعية عند الأزمات . 	استراتيجيات التعامل مع الأزمات	8
3	W9	<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجية التركيز . - استراتيجية التوقيت . - استراتيجيات التريث . - استراتيجية المفاجأة . - استراتيجية المشاركة . - استراتيجية ملتقى الطرق . - استراتيجية الارتباط أو الاقتران . - استراتيجية الانفصال أو الانعزال . - استراتيجية التظاهر بالانسحاب . 	استراتيجيات إدارة الأزمة في العلاقات العامة	9
3	W10	الأختبار النصفي		10
3	W11	<ul style="list-style-type: none"> - مفاهيم الاستراتيجية الإعلانية . - نماذج الاستراتيجيات الإعلانية : - نموذج تشارلز آدمز . - نموذج جيمس يونج . - نموذج الكس اوسبرن . 	مفاهيم ونماذج الاستراتيجيات الإعلانية	11
3	W12	<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجيات تشارلز فريزر السبعة : (الريادة ، الشفعة ، العروض البيعية الفريدة ، الصورة الذهنية ، مكانة السلعة ، الرنين ، العاطفية). - استراتيجيات فون كون وبلدنج : (المعلوماتية ، العاطفية ، حلق العادة ، الرضاء النفسي) . 	الاستراتيجيات الإعلانية لـ(جوليان سيمون) و(فون كون وبلدنج)	12
3	W13	<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجية الدعوى أو الحجج الإعلامية. - استراتيجية المعلومات . - استراتيجية الدافعية . - استراتيجية التأكيد على ميزة معينة . - استراتيجية الأوامر الإعلانية. - استراتيجية الارتباط الرمزي . - استراتيجية المحاكاة . - استراتيجية خلق نمط استهلاكي جديد . - استراتيجية جعل العلامة التجارية مألوفة. - استراتيجية الالتزام . 	الاستراتيجيات الإعلانية العشرة لـ(جوليان سيمون)	13
3	W14	<ul style="list-style-type: none"> - مفهوم الاستمالات الإعلانية - أنواع الاستمالات الإعلانية المباشرة وغير المباشرة . - أنواع الاستمالات الإعلانية الخاصة بالسلعة والمستهلك - أنواع الاستمالات الإعلانية المنطقية والعاطفية. 	الاستمالات الإعلانية	14
3	W15	<ul style="list-style-type: none"> - أنواع الوسائل الإعلانية . - عوامل اختيار الوسائل الإعلانية . - استراتيجيات اختيار الوسائل الإعلانية . - استراتيجيات اختيار الوسائل الإعلانية . - التوزيع الزمني بين الوسائل . - استراتيجيات كثافة الإعلان في الوسائل الإعلانية . 	استراتيجيات الوسائل الإعلانية	15
3	W16	اختبار نهاية الفصل		16
48	16	عدد الأسابيع والساعات الفعلية		



ثانيا: خطة تنفيذ الجانب العملي :Training/ Tutorials/ Exercises Aspects

الرقم Or der	المهام / التمارين/ التدريبات Tutorials/ Exercises	الأسبوع Week Due	الساعات الفعلية Cont. H
1	لا يوجد		
إجمالي الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester			

استراتيجيات التعلم والتعلم Teaching Strategies

<ul style="list-style-type: none"> ❖ المحاضرة والعرض العلمي ❖ الحوار والمناقشة ❖ حل المشكلات ❖ دراسة الحالة ❖ التعلم الذاتي ❖ العصف الذهني ❖ التفكير الناقد ❖ حل المشكلات ❖ دراسة الحالة ❖ التعلم الذاتي ❖ العمل الجماعي التعاوني ❖ حلقة البحث (السمنار) ❖ التدريب العملي ❖ الزيارات الميدانية
--

الواجبات والتكليفات Tasks and Assignments

م No	التكليف/ الواجب Assignments / Tasks	نوع التكليف (فردى/ تعاوني)	الدرجة المستحقة Mark	أسبوع التنفيذ Week Due
1	تكليفات بحثية لجمع مادة نظرية حول استراتيجيات العلاقات العامة واستراتيجيات الإعلان	فردى	20	14-2
إجمالي الدرجة Total Score				



تقييم التعلم : Learning Assessment

نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
% 20	20	W 14-2	الأنشطة والتكليفات Tasks and Assignments	١
% 20	20	W 10	اختبار نصف الفصل Midterm Exam	٢
% 60	60	W16	اختبار نهاية الفصل (نظري) Final Exam (theoretical)	٣
% 100	100	الإجمالي Total		

مصادر التعلم : Learning Resources

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

المراجع الرئيسية (Required Textbook(s) لا تزيد عن مرجعين) :

١. فرجاني، علي (2018) : العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، عمان : دار أمجد للنشر والتوزيع .
2. Percy, Larry & Elliott, Richard (2005) : **Strategic Advertising Management**, New York : Oxford University Press Ink.

المراجع المساعدة :

١. عياد، خيرت و فاروق، أحمد (2015) العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الانترنت، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .
٢. الطنطاوي، ميرهان محسن، الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة سمعة المنظمة، دار العالم العربي .

الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies

1	سياسة حضور الفعاليات التعليمية : Class Attendance - قانوناً اجباري
2	الحضور المتأخر : Tardy - الحضور كمستمع من غير التوقيع على كشف الحضور (سياسة خاصة)
3	ضوابط الامتحان : Exam Attendance/Punctuality - في سؤال صيغة بحثية او موضوعي (سؤال مباشر او شبه مباشر من مفردات المقرر)
4	التعيينات والمشاريع : Assignments & Projects - تكاليف (خطط علمية) وورقة بحثية
5	الغش : Cheating - حسب لوائح الجامعة، حرمان من مادة الى ثلاث مواد (تحدها الكلية)
6	الانتحال : Plagiarism - الانتحال أكثر جرماً من الغش - الحرمان من المادة، واحاله المُنتحل والمُنْتَحَل له الى التحقيق جنائياً
7	سياسات أخرى : Other policies - لا يوجد