

Republic of Yemen

Alandalus University

Quality Assurance Unit



الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس

للعلوم والتقنية

وحدة ضمان الجودة

مواصفات مقرر: الاتصالات التسويقية المتكاملة

صنعاء 2018

الصفحة 1 من 14

Republic of Yemen

Alandalus University

Quality Assurance Unit



الجمهورية اليمنية

جامعة الاندلس

للعلوم والتقنية

وحدة ضمان الجودة

قسم: الاعلام	توصيف مقرر: الاتصالات التسويقية المتكاملة	كلية: الاداب
--------------	---	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:						
الاتصالات التسويقية المتكاملة					اسم المقرر:	1.
3612-341					رمز المقرر ورقمه:	2.
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	محاضرة	الساعات المعتمدة:	3.
48	-	-	-	3		
المستوى الثالث: الفصل الدراسي الخامس					المستوى والفصل الدراسي:	4.
لا يوجد					المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	5.
لا يوجد					المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	6.
برنامج العلاقات العامة					البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	7.
اللغة العربية					لغة تدريس المقرر:	8.
نظام الفصل (بكالوريوس)					نظام الدراسة:	9.
منتظم					أسلوب الدراسة في البرنامج:	10.
قاعة الكلية/ جامعة الاندلس					مكان تدريس المقرر:	11.
د. نبيل محمد صالح العبيدي					اسم معد مواصفات المقرر:	12.
2017م					تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	13.

ثانياً: وصف المقرر:
<p>اسم المقرر : الاتصالات التسويقية المتكاملة</p> <p>يتناول هذا المقرر: الإتجاهات الحديثة في الفكر الإداري الحديث وربطها بالاتصالات التسويقية المتكاملة وكيف نستطيع قياس نجاحها ومعرفة الاتصالات التسويقية المتكاملة وكيفية الترابط الحاصل بين العناصر الأساسية و الرئيسية للتسويق- البيع الشخصي، الإعلان، الدعاية، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، النشر التسويقي المباشر - أثناء سريان عملية التسويق وكيف يمكن قياس نجاح الاتصالات التسويقية المتكاملة بمدى القدرة والسرعة في التغلب على الصعوبات والعوائق التي تقابلها</p>

ثالثا: مخرجات التعلم:

بعد الانتهاء بنجاح من هذا البرنامج سوف يكون الخريج قادرا على أن:

A1: يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان .

A2: يحدد خطوات إعداد حملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية وتخطيط برامج العلاقات العامة.

B1: يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير العلاقات العامة.

B2: يخطط برامج العلاقات العامة والحملات الإعلانية .

C1: يستخدم كتابة وتحريير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار حملات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام

C2: يطبق مهارات إعداد الوسائل الاتصالية مثل الكتيبات والمطويات والملصقات والبيانات الصحفية والتقارير وغيرها من المواد المطلوبة لبرامج العلاقات العامة

D1: يتبع أساليب التفكير العلمي في حل المشكلات المتعلقة بمجال عمله.

D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف العلاقات العامة والإعلان

رابعا: مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
A1- يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان والرأي العام.	A1- المحاضرات – الحوار والمناقشة – العروض التقديمية	• A1- الاختبارات التحريرية - الاختبارات الشفهية
A2- يحدد خطوات إعداد حملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية وتخطيط برامج العلاقات العامة.	A2- التعليم الذاتي – خارطة المفاهيم	A2- تقييم التكاليف – الملاحظة
A3- يبين التطورات الراهنة المستقبلية في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان.	A3- الحوار والمناقشة – العروض التقديمية - المحاضرات	• A3- تقييم التكاليف - الاختبارات التحريرية

خامسا: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
بعد استيفاء الطالب لمتطلبات المساق سيكون قادرا على أن:		
B1- يحلل العوامل المؤثرة على وسائل وجماهير العلاقات العامة.	B1- المحاضرات – الحوار ومناقشة	• B1- الاختبارات التحريرية - الاختبارات الشفهية - الاختبارات القصيرة .
B2- يخطط برامج العلاقات العامة والحملات الإعلانية .	B2- عصف ذهني - تقارير فردية وجماعية – حل مشكلات	• B2- تقييم التقارير – الملاحظة
B3 - يميز بين المهارات الاتصالية وكيفية استخدامها في برامج العلاقات العامة	B3- تعلم تعاوني – عصف ذهني – حوار ومناقشة	• B3- تقييم التقارير – الملاحظة - الاختبارات الشفهية.

سادسا: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
C1: يستخدم كتابة وتحرير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار حملات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام	C1- الحوار والمناقشة – العروض التقديمية	- C1- الاختبارات التحريرية - الاختبارات الشفهية - الاختبارات القصيرة .
C 2: يطبق مهارات إعداد الوسائل الاتصالية مثل الكتيبات والمطويات والملصقات والبيانات الصحفية والتقارير وغيرها من المواد المطلوبة لبرامج العلاقات العامة	C2- تعلم ذاتي - تعلم تعاوني – زيارات ميدانية – بحوث تطبيقية	• C2- تقييم البحوث التطبيقية- تقييم المشاريع والبرامج الإذاعية والتلفزيونية- الملاحظة.
C 3: يخطط استراتيجيات الاتصال لبرامج العلاقات العامة وإدارة الأزمات.	C3- مشاريع فردية – مشاريع جماعية	• C3- تقييم المشاريع - تقييم برامج إذاعية وتلفزيونية – اختبار شفهي.
يمارس القيادة والاتصال الفعال والنقد العلمي للمضامين البرمجية في الاذاعة والتلفزيون.		
مخرجات المقرر/ المهارات المهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم

		والعملية
D1 – تقييم مشاريع - الاختبارات الشفهية	D1 – الحوار والمناقشة - العروض التقديمية	D1: يتبع أساليب التفكير العلمي في حل المشكلات المتعلقة بمجال عملة.
D2 – تقييم بحوث – تقييم مشاريع	D2 – تعلم تعاوني – حل المشكلات - المحاكاة	D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف العلاقات العامة والإعلان
D3 – تقييم عروض- الملاحظة.	D3 – حوار ومناقشات – حل المشكلات - العروض تقديمية	D3: يتعامل مع الوسائل الإعلامية والمؤسسات المختلفة.

ثامنا: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

مخرجات تعلم المقرر	الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المواضيع التفصيلية	وحدات/ موضوعات المقرر	الرقم
-	3	1	مقدمة تعريفية بالمادة وطرق تدريسها وأساليب التقييم وتوزيع الدرجات	مقدمة تعريفية بالمادة وطرق تدريسها	1
A1	3	1		طبيعة التسويق ومجالات ممارسته	2
A1+A2	6	2		سياسات تسويق الخدمات (المزيج التسويقي)	3
A1+A2+C1	3	1		العلاقات العامة ودورها	4
A1+A2+C1	3	1		وظائف وانشطة العلاقات العامة	5
A1+A2+C1	3	1		الاصول العلمية للإعلان	6

-	3	1		تنشيط المبيعات	7
A1+A2+B2+C 1	3	1		العلاقة بين ثورة البيع وترقية المبيعات	8
A1	3	1		التسويق المباشر	9
A1+B2	3	1		الاهداف وادوات التسويق	10
A1+A2+C1	3	1		التخطيط وتحديد الميزانية	11
A1+A2+C1	3	1		استراتيجية التسويق المباشر	12
A1+A2+C1	3	1		ادارة النشاط الاشهاري	13
A1+A2+C1	3	1		الاصول العلمية للاشهار ومجالات ممارسة التسويق	14
	42	14	إجمالي الأسابيع والساعات		

تاسعا: استراتيجيات التدريس:

محاضرات.
تطبيق عملي في المعمل.
واجبات منزلية
مناقشة جماعية
تكاليف جماعية

I. التعيينات والتكليفات:

الدرجة	الأسبوع	مخرجات التعلم	التكليف/النشاط	الرقم
10%	2-13	A1+A2+B1+C1+D1	تقديم بحوث صافية بحسب عناوين اللقاءات	1
			عرض برامج للاتصال التسويقي	2

				مناقشة أبحاث مصغرة فردية وجماعية	3
				مجموعة نقاش	4
عاشرا: تقويم التعلم:					
الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الواجبات / الأنشطة / التكاليف Homework/Tasks/Assignments	1-13	10	10%	A1+A2+B1+C1+D1
2	اختبار أول (قصير) Quiz 1				
3	اختبار منتصف الفصل Midterm Exam	7	20	20%	
4	اختبار ثاني (قصير) Quiz 2				
5	الاختبار النهائي Final Exam		60	60%	
	المجموع		100	%100	

الحادي عشر: مصادر التعلم	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين) 2 Textbooks-not more than 2	
1- وصفي عبد الرحمن النعمه، الادارة التسويقية ، دار كنوز المعرفة العلمية ،ط1، الاردن ، 2010	
2- ستيف مانديل، سلسلة التطوير الإداري - مهارات العرض والتقديم، دار المعرفة للتنمية البشرية، دن.	
المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) 4 Essential References-not less than 4	
1- د. فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الاعلامية ، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2007م	
2- احمد فاروق رضوان ، دور الاتصال الاعلاني في ترويج الخدمات التأمينية ، حلوان، 1999م	
3- نيفين احمد غباشي ابو النجا ، تأثير برامج التسويق الاجتماعي لقضية التلوث الصناعي، القاهرة ، 2002م	
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites	
-1	
-2	
-3	

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1.	الحضور والغياب: إذا تغيب الطالب 25% من المحاضرات بدون عذر يرفع اسمه لشؤون الطلاب ويحرم من دخول امتحان المادة النهائي.
2.	الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.
3.	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
4.	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
5.	الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
6.	الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
7.	سياسات أخرى:

خطة مقرر: الاتصال التسويقي المتكامل

I. معلومات عن مدرس المقرر:						
الاسم			د. نبيل محمد صالح العبيدي			الساعات المكتبية (3 / أسبوعيا)
المكان ورقم الهاتف			771787698			السبت
البريد الإلكتروني						الأحد
						الاثنين
						الثلاثاء
						الأربعاء
						الخميس
أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:						
1-	اسم المقرر:	الاتصالات التسويقية المتكاملة				
2-	رمز المقرر ورقمه:	3612-341				
3-	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب	الإجمالي
		3	-	-	-	48
4-	المستوى والفصل الدراسي:	المستوى الرابع: الفصل الدراسي الثامن				
5-	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	لا يوجد				
6-	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	لا يوجد				
7-	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج العلاقات العامة				
8-	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية				
9-	نظام الدراسة:	نظام الفصل (بكالوريوس)				
10-	أسلوب الدراسة في البرنامج:	منتظم				
11-	مكان تدريس المقرر:	قاعة الكلية/ جامعة الاندلس				
12-	اسم معد مواصفات المقرر:	د. نبيل العبيدي				
13-	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2017م				

ثانياً: وصف المقرر:	
اسم المقرر :	الاتصال التسويقي المتكامل
<p>يتناول هذا المقرر: الاتجاهات الحديثة في الفكر الإداري الحديث وربطها بالاتصالات التسويقية المتكاملة وكيف نستطيع قياس نجاحها ومعرفة الاتصالات التسويقية المتكاملة وكيفية الترابط الحاصل بين العناصر الأساسية و الرئيسية للتسويق- البيع الشخصي، الإعلان، الدعاية، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، النشر التسويقي المباشر - أثناء سريان عملية التسويق وكيف يمكن قياس نجاح الاتصالات التسويقية المتكاملة بمدى القدرة والسرعة في التغلب على الصعوبات والعوائق التي تقابلها</p>	

ثالثا: مخرجات التعلم:

- بعد الانتهاء بنجاح من هذا البرنامج سوف يكون الخريج قادرا على أن:
- A1: يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان .
- A2: يحدد خطوات إعداد حملات العلاقات العامة والحملات الإعلانية وتخطيط برامج العلاقات العامة.
- B1: يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير العلاقات العامة.
- B2: يخطط برامج العلاقات العامة والحملات الإعلانية .
- C1: يستخدم كتابة وتحرير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار حملات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام
- C2: يطبق مهارات إعداد الوسائل الاتصالية مثل الكتيبات والمطويات والملصقات والبيانات الصحفية والتقارير وغيرها من المواد المطلوبة لبرامج العلاقات العامة
- D1: يتبع أساليب التفكير العلمي في حل المشكلات المتعلقة بمجال عمله.
- D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف العلاقات العامة والإعلان

I. محتوى المقرر : Course Contents

Theoretical Aspect: الجانب النظري

الرقم No.	وحدات المقرر Course Units	المواضيع التفصيلية Sub-topics	الأسبوع Week due	الساعات الفعلية Contact Hours
1	مقدمة تعريفية بالمادة وطرق تدريسها		1	3
2	طبيعة التسويق ومجالات ممارسته		1	3
3	سياسات تسويق الخدمات (المزيج التسويقي)		2	3
4	العلاقات العامة ودورها		1	3
5	وظائف وانشطة العلاقات العامة		1	3

3	1		6	الاصول العلمية للاعلان
3	1		7	الاختبار النصفى
3	1		8	تنشيط المبيعات
3	1		9	العلاقة بين ثورة البيع وترقية المبيعات
3	1		10	التسويق المباشر
3	1		11	الاهداف وادوات التسويق
3	1		12	التخطيط وتحديد الميزانية
3	1		13	استراتيجية التسويق المباشر
3	1		14	ادارة النشاط الاشهارى
3	1		15	الاصول العلمية للاشهار ومجالات ممارسة التسويق
3	1		16	الاختبار النهائى
48	16	إجمالي عدد الأسابيع والساعات Total number of weeks and hours		
Second: Practical/Tutorial/Clinical Aspects : سريري / تمارين / الجانب العملي				
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي/ تمارين/ سريري Write up practical/tutorial/clinical topics				
الرقم No.	المهام / التجارب العملية/ تمارين/ سريري Practical/Tutorial/Clinical topics	عدد الأسابيع No. of Weeks	الساعات الفعلية Contact Hours	
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
				إجمالي عدد الأسابيع والساعات Total number of weeks and hours

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1			
2			
3			
4			
5			
إجمالي الأسابيع والساعات			

1. استراتيجيات التدريس
المحاضرات
الحوار والمناقشة
العروض التقديمية
الزيارات الميدانية
البحوث التطبيقية
المحاضرات

V. التكاليفات / المهام:			
الرقم No.	النشاط/ التكليف Task/Assignment	الأسبوع Week due	الدرجة Mark
1.	اعداد عروض تقديمية تقديم تصورات برامجية إعداد تكاليف بحثية	13-1	20
2	اختبار منتصف الفصل	7	20
3	الاختبار النهائي	-	60

V. تقييم التعلم Learning Assessment :				
الوزن النسبي (نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي) Weight	الدرجة Mark	موعد التقييم/ اليوم والتاريخ Assessment day & date	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
10	10	13-1	تقديم بحوث صافية بحسب عناوين اللقاءات	1.
		10-7	عرض برامج تسويقية محلية وعربية	2.
		13-8	مناقشة أبحاث مصغرة فردية وجماعية	3.
			مجموعة نقاش	
	100	المجموع Total		

V. مصادر التعلم	
-1	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين) Textbooks-not more than 2	
1- وصفي عبد الرحمن النعمه، الادارة التسويقية ، دار كنوز المعرفة العلمية ،ط1، الاردن ، 2010	
2- ستيف مانديل، سلسلة التطوير الإداري - مهارات العرض والتقديم، دار المعرفة للتنمية البشرية، د.ن.	
المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) Essential References-not less than 4	
1- د. فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الاعلامية ، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2007م	
2- احمد فاروق رضوان ، دور الاتصال الاعلاني في ترويج الخدمات التأمينية ، حلوان، 1999م	
نيفين احمد غباشي ابو النجا ، تأثير برامج التسويق الاجتماعي لقضية التلوث الصناعي، القاهرة ، 2002م	
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites	
-1	
-2	
-3	

II. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
الحضور والغياب Class Attendance :	
1. الحضور المتأخر Tardy : تتاح فرصة للطالب بمقدار ربع ساعة بعد دخول استاذ المقرر الى القاعة	

	الدراسية ويمنع دخول الطالب بعد مرور الربع الساعة منذ بدء المحاضرة .
.2	ضوابط الاختبارات والامتحانات:Exam Attendance/Punctuality:
.3	التكليفات / المهام والمشاريعAssignments & Projects: تسلم التكليفات والبحوث الموجهة قبل اخر محاضرة بعد ان يتم مناقشتها في كل محاضرة بحسب الخطة التي تم توزيعها من قبل عضو هيئة التدريس بداية اول لقاء .
.4	الغشCheating: يحرم الطالب الذي تلبس بحالة غش من النجاح في المادة ومن حقه الالتحاق في الدور الثاني من نفس العام .
.5	الانتحال(Plagiarism): في حال انتحال الشخصية يتم اتخاذ قرار بالفصل من قبل رئاسة القسم ويحذر محظر بهذه الحالة ويعلق قرار اللجنة في اللوحة العامة للقسم والكلية والجامعة
.6	سياسات أخرى(Other policies): يمنع استخدام أي وسيلة من وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة داخل القاعات الاختبارية ، ويمنع استلام أي تكاليف بحثية بعد الانتهاء من المقررات الدراسية ويحرم الطالب من درجات التكاليف في حال تعثر في تسليمها في وقتها المحدد .