

مواصفات مقرر: الحملات الاعلامية

Republic of Yemen

Alandalus University

Quality Assurance Unit



الجمهورية اليمنية

جامعة الاندلس

للعلوم والتقنية

وحدة ضمان الجودة

قسم: الاعلام	توصيف مقرر: الحملات الاعلامية	كلية: الآداب
--------------	-------------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:						
الحملات الاعلامية					اسم المقرر:	1.
472					رمز المقرر ورقمه:	2.
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	محاضرة	الساعات المعتمدة:	3.
48	-	-	-	3		
المستوى الرابع: الفصل الدراسي الثامن					المستوى والفصل الدراسي:	4.
تدريب اعلامي (2)					المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):	5.
الاتصال السياسي					المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	6.
برنامج الاذاعة والتلفزيون					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.
اديب العمري					اسم معد مواد المقرر:	12.
2017م					تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	13.

ثانياً: وصف المقرر:
<p>اسم المقرر : الحملات الاعلامية</p> <p>يتناول هذا المقرر أهمية وتخطيط وتصميم وتنفيذ وتقييم الحملات الإعلامية ، ويركز بشكل كبير على الحملات الإقناعية لما لها من أهمية في الحياة المعاصرة. يبدأ المقرر بشرح أنواع الحملات الإعلامية ثم ينظر بشكل تفصيلي إلى الأسس العلمية للتأثير في المتلقي من خلال معرفة الطريقة العلمية للتفكير الانساني وكيفية التأثير في الاتجاهات وبعض القيم الساندة كل ذلك لكي نصل الى انجع الاساليب للتأثير في المتلقي وتحقيق أهداف الحملة الاعلامية. المقرر يشرح بالتفصيل الخطوات الاجرائية للحملات الاعلامية والتي يمكن للقائم على الحملة من خلالها توجيه المجتمع الى سلوك معين او مواجهة او الحد من خطر الظواهر السيئة او المشكلات في أي مجتمع. يناقش المقرر ايضا اهمية الحملات الإعلامية من خلال الدراسة التفصيلية لعناصر العملية الاتصالية (المرسل ، المستقبل ، الوسيلة ، الرسالة ، التأثير المرتد). كما يتناول بشكل مفصل الإعلام الجديد وميزات استخدامه في الحملات الإعلامية ويقدم تحليلاً لعدد من الحملات</p>

الإعلامية على المستوى المحلي والدولي.

ثالثا: مخرجات التعلم:

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

A1: يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالإذاعة والتلفزيون .

A2: يحدد خطوات إعداد حملات الإذاعة والتلفزيون والحملات بالاعلامية وتخطيط برامج الإذاعة والتلفزيون.

B1: يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير الإذاعة والتلفزيون.

B2: يخطط برامج الإذاعة والتلفزيون والحملات الاعلامية .

C1: يستخدم كتابة وتحرير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار حملات الإذاعة والتلفزيون والإعلان والرأي العام

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

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

D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف الإذاعة والتلفزيون 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 بالإذاعة والتلفزيون والإعلان والرأي العام.	A1- المحاضرات – الحوار والمناقشة – العروض التقديمية	• A1- الاختبارات التحريرية - الاختبارات الشفهية
A2- يحدد خطوات إعداد حملات الإذاعة والتلفزيون والحملات بالاعلامية وتخطيط برامج الإذاعة والتلفزيون.	A2- التعليم الذاتي – خارطة المفاهيم	A2- تقييم التكاليف – الملاحظة
A3- يبين التطورات الراهنة المستقبلية في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام والإذاعة	A3- الحوار والمناقشة – العروض التقديمية - المحاضرات	• A3- تقييم التكاليف - الاختبارات التحريرية

		والتلفزيون والإعلان.
--	--	----------------------

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

سادساً: 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 الاذاعة والتلفزيون 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 الاذاعة والتلفزيون	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 الاذاعة والتلفزيون 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 الاذاعة والتلفزيون 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.

المر	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	مخرجات تعلم المقرر
1	مقدمة تعريفية بالمادة وطرق تدريسها	مقدمة تعريفية بالمادة وطرق تدريسها وأساليب التقييم وتوزيع الدرجات	1	3	-
2	أهمية الحملات الإعلامية	أهمية الحملات الإعلامية -أنواع حملات الإعلامية -مناهج الحملات الإعلامية -ماهية العمليات والإقناعية ونشاطاتها العلاقة بين الإقناع والإكراه	1	3	A1
3	حملات التوعية الإعلامية وعلاقتها بالاتجاهات والقيم والمعتقدات والدوافع	حملات التوعية الإعلامية وعلاقتها بالاتجاهات والقيم والمعتقدات والدوافع ماهية الاتجاهات والاتجاهات والمعتقدات تكوين الاتجاهات وتغييرها وظائف الاتجاهات العلاقات بين الاتجاهات والسلوكيات قياس الاتجاهات الحملات الإقناعية وعلاقتها بالاتجاهات والقيم والمعتقدات	2	6	A1+A2

			الدوافع وحملات التوعية الإعلامية (نظرية Maslowماسلو).	
A1+A2+C1	3	1	<p>أهمية الحملات الاعلامية أنواع حملات الإعلامية مناهج الحملات الإعلامية ماهية العمليات والإقناعية ونشاطاتها العلاقة بين الإقناع والإكراه</p> <p><u>حملات التوعية الاعلامية وعلاقتها</u> <u>بالاتجاهات والقيم والمعتقدات والدوافع</u> ماهية الاتجاهات الاتجاهات والمعتقدات تكوين الاتجاهات وتغييرها وظائف الاتجاهات العلاقات بين الاتجاهات والسلوكيات قياس الاتجاهات الحملات الإقناعية وعلاقتها بالاتجاهات والقيم والمعتقدات الدوافع وحملات التوعية الإعلامية (نظرية Maslowماسلو).</p> <p>حملات التوعية الإعلامية وعناصر النموذج الاتصالي المصدر او المرسل خصائص المرسل</p>	4
A1+A2+C1	3	1	<p>الوسائل الإعلامية وسائل الاتصال الجماهيرية أشكال الفنون الإذاعية والتلفزيونية</p>	5
A1+A2+C1	3	1	<p>أشكال الفنون الكتابية أثار وسائل الاتصال الجماهيري خصائص الاتصال الجماهيري خصائص الاتصال الوجيه طرق استخدام الاتصال الوجيه في حملات التوعية الإعلامية خصائص الوسائل الاتصالية التقليدية (المسجد ، الملصقات ، النشرات ، الأشرطة السمعية والبصرية ، الوسائل الشعبية</p>	6

			(الفلكلور الشعبي والرقصات الشعبية (والتجمعات الخاصة بالأسواق الشعبية		
-	3	1	<u>الرسائل الإعلامية وحملات التوعية الإعلامية</u> خصائص الرسائل الإقناعية بناء الرسائل الإقناعية الاستمالات المؤثرة التي تحتويها الرسائل الخاصة بالحملة الأساليب الفعالة في صياغة الرسائل الخاصة بالحملة طرق تنظيم الرسائل الخاصة بالحملة استراتيجيات تنظيم الرسائل الخاصة بالحملة	الرسائل الإعلامية وحملات التوعية الإعلامية	7
A1+A2+B2+C 1	3	1	<u>المتلقي وحملات التوعية الإعلامية</u> تجزئة الجماهير (المتلقين) وفقا لخصائص العلاقات الاجتماعية تجزئة الجماهير وفقا لصفاتهم الجيوديموغرافيك تجزئة الجماهير وفقا لأساسيات وصولهم الى المعلومات تجزئة الجماهير عن طريق استخداماتهم للسانل والقنوات الإعلامية تجزئة الجماهير وفقا للمعتقدات السائدة في المجتمع تجزئة الجماهير حسب الاتجاهات السائدة في المجتمع تجزئة الجماهير وفقا للنشاط الجماهيري حيال موضوع الحملة	المتلقي وحملات التوعية الإعلامية	8
A1	3	1	<u>حملات التوعية وبحوث التغذية الراجعة</u> التغذية المتقدمة او بحوث ما قبل الإنتاج بحوث ما بعد الإنتاج للمواد الاعلامية الخاصة بالحملة بحوث اثناء تنفيذ الحملة الاعلامية بحوث عقب انتهاء الحملة الاعلامية المناهج والأساليب البحثية المتبعة أهم أدوات المنهج الكيفي المقابلات المتعمقة والمطولة المجموعات المركزة الملاحظة	حملات التوعية وبحوث التغذية الراجعة	9

A1+B2	3	1	انوع الاعلام الجديد - طرق التوعية عبر الاعلام الحديث	الإعلام الجديد وحملات التوعية الإعلامية	10
A1+A2+C1	3	1	خطوات التوعية - انواع الحملات	الخطوات الإجرائية لحملات التوعية الإعلامية	11
A1+A2+C1	3	1	الخطوات الاجرائية - التوعية الاعلامية وانواعها	متابعة الخطوات الاجرائية لحملات التوعية الإعلامية	12
A1+A2+C1	3	1	خطوات اعداد حملة - مشروع الحملة تطبيقيا	مشروع لحملة إعلامية يشترك فيه خمسة طلاب ويقدم على شكل محاضرة أمام الطلاب)	13
A1+A2+C1	3	1	طرق تطبيقية للحملات التوعوية	حملة ترشيد المياه - النظافة	14
	42	14	إجمالي الأسابيع والساعات		

تاسعا: استراتيجيات التدريس:

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

I. التعيينات والتكليفات:

الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	تقديم العديد من السيناريوهات النصية لغرض اقرارها	A1+A2+B1+C1+D1	2-13	10%
2	عرض مشاريع تخرج من جامعات اخرى لغرض الاستفادة			
3	مناقشة أبحاث مصفرة فردية وجماعية			
4	مجموعة نقاش			

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى	المخرجات التي يحققها
-------	---------------	---------	--------	-----------------	----------------------

درجة التقويم النهائي					
A1+A2+B1+C1+D1	10%	10	1-13	الواجبات / الأنشطة / التكاليف Homework/Tasks/Assignments	1
				اختبار أول (قصير) Quiz 1	2
	20%	20	7	اختبار منتصف الفصل Midterm Exam	3
				اختبار ثاني (قصير) Quiz 2	4
	60%	60		الاختبار النهائي Final Exam	5
	%100	100		المجموع	

الحادي عشر : مصادر التعلم

المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين) Textbooks-not more than 2

1- عبد الله بدران ، الحملات الاعلامية والاعلانية – التخطيط التنفيذ – التقويم ، دار المكتبي ، الشارقة ، 2014م

2 أ.د. عبداللطيف العوفي: الإقناع في حملات التوعية الإعلامية، 2012

المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) Essential References-not less than 4

1- أ.د. عبدالرحمن العناد: تخطيط وإدارة برامج الإذاعة والتلفزيون ، 1994

2- أ.د. راسم محمد الجمال، و.د. خيرت معوض عياد: إدارة الإذاعة والتلفزيون ، المدخل الاستراتيجي، 2008

مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت) Electronic Materials and Web Sites

http://fac.ksu.edu.sa/saal/page/116092-1

-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.	
التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.	4.
الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قيل ومادة بعد.	5.
الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.	6.
سياسات أخرى:	7.

خطة مقرر: الحملات الاعلامية

I. معلومات عن مدرس المقرر:						
الاسم			اديب العمري		الساعات المكتبية (3 / أسبوعيا)	
المكان ورقم الهاتف			773628063		السبت	الخميس
البريد الإلكتروني					الأحد	الأربعاء
					الثلاثاء	

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:						
1-	اسم المقرر:	الحملات الاعلامية				
2-	رمز المقرر ورقمه:	472				
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):	تدريب اعلامي(2)				
6-	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	الاتصال السياسي				
7-	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	اذاعة وتلفزيون				
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:	اديب العمري				
13-	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2017م				

ثانياً: وصف المقرر:	
<p>اسم المقرر : حملات اعلامية</p> <p>يتناول هذا المقرر أهمية وتخطيط وتصميم وتنفيذ وتقييم الحملات الإعلامية ، ويركز بشكل كبير على الحملات الإقناعية لما لها من أهمية في الحياة المعاصرة. يبدأ المقرر بشرح أنواع الحملات الإعلامية ثم بنظر بشكل تفصيلي إلى الأسس العلمية للتأثير في المتلقي من خلال معرفة الطريقة العلمية للتفكير الانساني وكيفية التأثير في الاتجاهات وبعض القيم السائدة كل ذلك لكي نصل الى انجع الاساليب للتأثير في المتلقي وتحقيق أهداف الحملة الاعلامية. المقرر يشرح بالتفصيل الخطوات الاجرائية للحملات الاعلامية والتي يمكن للقيام على الحملة من خلالها توجيه المجتمع الى سلوك معين او مواجهة او الحد من خطر الظواهر السيئة او المشكلات في أي مجتمع. يناقش المقرر ايضا أهمية الحملات الإعلامية من خلال الدراسة التفصيلية لعناصر العملية الاتصالية (المرسل ، المستقبل ، الوسيلة ، الرسالة ، التأثير المرتد). كما يتناول بشكل مفصل الإعلام الجديد وميزات استخدامه في الحملات الإعلامية ويقدم تحليلاً لعدد من الحملات الإعلامية على المستوى المحلي والدولي.</p>	

ثالثاً: مخرجات التعلم:

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

- A1: يشرح المفاهيم العلمية الخاصة بالحملات الاعلامية
- A2: يحدد خطوات إعداد حملات الاذاعة والتلفزيون والحملات الاعلامية
- B1: يحلل العوامل المؤثرة على وسائل و جماهير الاذاعة والتلفاز.
- B2: يخطط برامج الاذاعة والتلفزيون والحملات الاعلامية .
- C1: يستخدم كتابة وتحرير رسائل إعلامية وإعلانية في إطار حملات الاذاعة والتلفزيون والاعلام والرأي العام
- C2: يطبق مهارات إعداد الوسائل الاتصالية مثل الكتيبات والمطويات والملصقات والبيانات الصحفية والتقارير وغيرها من المواد المطلوبة لبرامج الاذاعة والتلفزيون
- D1: يتبع أساليب التفكير العلمي في حل المشكلات المتعلقة بمجال عمله.
- D2: يلتزم بالتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ، وأخلاقيات المهنة المتعلقة بوظائف الاذاعة والتلفزيون 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	أهمية الحملات الاعلامية		1	3
3	حملات التوعية الاعلامية وعلاقتها بالاتجاهات والقيم والمعتقدات والدوافع		2	3
4	حملات التوعية الإعلامية وعناصر النموذج الاتصالي		1	3
5	الوسائل الإعلامية		1	3
6	أشكال الفنون الكتابية الصحفية		1	3
7	الاختبار النصفي		1	3
8	الوسائل الإعلامية		1	3
9	أشكال الفنون الكتابية الصحفية		1	3

3	1		الرسائل الإعلامية وحملات التوعية الإعلامية	10
3	1		المتلقي وحملات التوعية الإعلامية	11
3	1		حملات التوعية وبحوث التغذية الراجعة	12
3	1		الإعلام الجديد وحملات التوعية الإعلامية	13
3	1		الخطوات الإجرائية لحملات التوعية الإعلامية	14
3	1		متابعة الخطوات الإجرائية لحملات التوعية الإعلامية	15
3	1		الاختبار النهائي	16
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				
الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع No. of Weeks	المهام / التجارب العملية/ تمارين/ سريري Practical/Tutorial/Clinical topics	الرقم No.	
			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/ التكاليف 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 العديد من السيناريوهات النصية لغرض اقرارها	.1
		10-7	عرض مشاريع تخرج من جامعات اخرى لغرض الاستفادة	.2
		13-8	مناقشة أبحاث مصغرة فردية وجماعية	.3
			مجموعة نقاش	
	100	المجموع Total		
V. مصادر التعلم				
(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				
- عبد الله بدران، الحملات الإعلامية والإعلانية – التخطيط – التنفيذ – التقويم ، دار المكتبي ، الشارقة ، 2014م - أ.د. عبداللطيف العوفي: الإقناع في حملات التوعية الإعلامية ، 2012م				
المراجع المساعدة: (لا تقل عن أربعة) Essential References-not less than 4				
1- أ.د. عبدالرحمن العناد: تخطيط وإدارة برامج الإذاعة والتلفزيون ، 1994 2- أ.د. راسم محمد الجمال، و.د. خيرت معوض عياد: إدارة الإذاعة والتلفزيون ، المدخل الاستراتيجي، 2008				
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 والمشاريع Assignments & 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.	الغش Cheating: 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 ويحظر 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 .