الجمهوريّة العربيّة السوريّة		Syrian Arab Republic
وزارة التعليـم العالـــي		Ministry of Higher Education
الجامعة الافتراضيّة السوريّة		Syrian Virtual University

وثيقة تعريف مقرّر : إدارة العلاقات العامة

معلومات أساسيّة:

اسم المقرّر	إدارة العلاقات العامة
رمز المقرّر	BMK609
ساعات الجلسات المسجّلة	24
ساعات الجلسات المتزامنة	24
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجّلة	48
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	18
عدد الساعات المعتمدة	5
مستوى المقرر	6

1- المقرّرات المطلوب دراستها قبل المقرّر مباشرةً:

المقرّر	الرمز
الاتصالات التسويقية المتكاملة	BMK607

2- الهدف من المقرّر:

يهدف المقرر إلى تقديم المعرفة للطالب بمواضيع العلاقات العامة ونظرياتها، وبحوثها والتخطيط لأنشطتها وتنفيذها وتقييمها. ويناقش المقرر مواضيع العلاقات مع وسائل الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي، وإقامة فعاليات الاتصال الداخلي، والبرامج المجتمعية، وإدارة العلاقات العامة في الأزمات، وعلاقات المستهلكين وقطاع الأعمال، وعلاقات المستثمرين، والاتصالات التسويقية المدمجة، ونشاطات الرعاية والاتصالات المؤسسية والعلاقة مع المشاهير، والعلاقات مع الجهات الحكومية والمنظمات غير الحكومية وجماعات الضغط.

الجمهوريّة العربيّة السوريّة		Syrian Arab Republic
وزارة التعليـم العالـــي		Ministry of Higher Education
الجامعة الافتراضيّة السوريّة		Syrian Virtual University

3- المحصّلات التعليميّة المرجوّة (ILO – Intended Learning Objectives/Outcomes):

الرمز	المحصّلات التعليميّة المرجوّة
ILO	**Intended Learning Objectives/Outcomes**
ILO1	يصنف الطالب أنشطة العلاقات العامة والجماهير المستهدفة.
ILO2	يصف الطالب بحوث العلاقات العامة، وخططها، وظروف تنفيذها وتقييمها.
ILO3	يناقش الطالب ويشرح العلاقات مع وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي.
ILO4	يناقش الطالب الاتصال الداخلي، النشاطات المجتمعية، التعامل مع الأزمات، العلاقات مع المستثمرين، المستهلكين وقطاع الأعمال.
ILO5	يستنتج الطالب مساهمة العلاقات العامة في الاتصالات التسويقية المدمجة والاتصالات المؤسسية وأنشطة الرعاية، ويناقش العلاقات مع المشاهير.
ILO6	يجادل الطالب بالشؤون العامة، العلاقات الحكومة والمنظمات غير الحكومية وجماعات الضغط.

4- محتوى المقرر: (24 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المسجلة، 24 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المتزامنة)

المحصّلات التعليميّة	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجّلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	• مدخل إلى العلاقات العامة • نظريات العلاقات العامة	2	2	☐ تمارين (TD) ☐ **وظائف** ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	وظيفة المقرر هي عبارة عن حالة عملية من واقع المنظمات، تهدف إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم بشكل صحيح
ILO2	• بحوث العلاقات العامة والتخطيط الاستراتيجي • إدارة برنامج العلاقات العامة والتقييم	2	2	☐ تمارين (TD) ☐ **وظائف** ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	وظيفة المقرر هي عبارة عن حالة عملية من واقع المنظمات، تهدف إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم بشكل صحيح

ILO3	• وسائل الإعلام	4	4	☐ تمارين (TD) ☐ **وظائف** ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	وظيفة المقرر هي عبارة عن حالة عملية من واقع المنظمات، تهدف إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم بشكل صحيح
ILO4	• الاتصال الداخلي • إدارة البرامج المجتمعية • إدارة العلاقات العامة في الأزمات • علاقات المستثمرين • العلاقات العامة مع المستهلكين وقطاع الأعمال	10	10	☐ تمارين (TD) ☐ **وظائف** ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	وظيفة المقرر هي عبارة عن حالة عملية من واقع المنظمات، تهدف إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم بشكل صحيح
ILO5	• الاتصالات التسويقية المدمجة • الاتصالات المؤسسية والرعاية والمشاهير	4	4	☐ تمارين (TD) ☐ **وظائف** ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	وظيفة المقرر هي عبارة عن حالة عملية من واقع المنظمات، تهدف إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم بشكل صحيح
ILO6	• علاقات الحكومة والمنظمات غير الحكومية وجماعات الضغط	2	2	☐ تمارين (TD) ☐ **وظائف** ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	وظيفة المقرر هي عبارة عن حالة عملية من واقع المنظمات، تهدف إلى مساعدة الطالب على تطبيق المفاهيم بشكل صحيح

الجمهوريّة العربيّة السوريّة		Syrian Arab Republic
وزارة التعليـم العالـــي		Ministry of Higher Education
الجامعة الافتراضيّة السوريّة		Syrian Virtual University

5- **معايير التقويم:**

ILO Code	المحصلات التعليمية	معايير التقييم لتحقيق المحصّلات على الطالب أن يظهر الإمكانيات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:	نمط التقويم				
			تفاعل في الجلسات المتزامنة	عملي	امتحانات	عروض ومقابلات	تقارير
ILO1	يصنف الطالب أنشطة العلاقات العامة والجماهير المستهدفة	يقارن الطالب بين برامج العلاقات العامة حسب الجمهور والهدف.	✓		✓		
ILO2	يصف الطالب بحوث العلاقات العامة، وخططها، وظروف تنفيذها وتقييمها.	يستدل الطالب على طرق البحث في مجال العلاقات العامة، وتخطيط البرامج وتقييمها.	✓		✓		
ILO3	يناقش الطالب ويشرح العلاقة مع وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي.	يمكن للطالب شرح استثمار مسؤول العلاقات العامة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، ووسائل التواصل الاجتماعي.	✓		✓		
ILO4	يناقش الطالب الاتصال الداخلي، النشاطات المجتمعية، التعامل مع الأزمات، العلاقات مع المستثمرين، المستهلكين وقطاع الأعمال.	يستخدم الطالب معرفته المكتسبة في تحديد ممارسات إدارة الاتصال الداخلي، والاتصال خلال الأزمات، البرامج المجتمعية، والعلاقات مع المستثمرين، والمستهلكين، وقطاع الأعمال.	✓		✓		
ILO5	يستنتج الطالب مساهمة العلاقات العامة في الاتصالات التسويقية المدمجة والاتصالات المؤسسية وأنشطة الرعاية، ويناقش العلاقات مع المشاهير.	يناقش الطالب مع الأستاذ دور العلاقات العامة في الاتصالات التسويقية المدمجة والاتصالات المؤسسية وبرامج الرعاية. يجادل الطالب ويقارن بين أنشطة الاتصالات التسويقية والعلاقات العامة البحتة.	✓		✓		
ILO6	يجادل الطالب بالشؤون العامة، العلاقات الحكومة والمنظمات غير الحكومية وجماعات الضغط.	يناقش الطالب العلاقات مع الجهات الحكومية وغير الحكومية، والمشاركة في جماعات الضغط.	✓		✓		

Syrian Arab Republic		الجمهوريّة العربيّة السوريّة
Ministry of Higher Education		وزارة التعليـم العالـــي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضيّة السوريّة

6- أدوات ومختبرات القسم العملي:

إسم الأداة	توصيفها

7- المراجع الأساسية:

1- HAYES, C. Darrell, HENDRIX, A. Jerry, and KUMAR, D. Pallavi (2013), *Public Relations Cases*, Ninth Edition, Wadsworth Cengage Learning.
2- LATTIMORE, Dan, BASKIN, Otis, HEIMAN, T. Suzette, and TOTH, L. Elizabeth (2012), *Public Relations, Profession & Practice*, Fourth Edition, McGraw Hill.
3- PICKTON, David, and BRODERICK, Amanda (2005), *Integrated Marketing Communication*, Second Edition, Prentice Hall.
4- QUESENBERRY, A. Keith (2019), *Social Media Strategy, Marketing, Advertising and Public Relations in The Consumer Revolution*, Second Edition, Rowman & Littlefield.
5- STOQUART, Jacques (1991), *Le Marketing Evènementiel*, Les Editions d'organisation.
8- TENCH, Ralph, and YEOMANS, Liz (2017), *Exploring Public Relations, Global Strategic Communication*, Fourth Edition, Pearson Education.
9- WALKER, Robyn (2011), *Strategic Management Communication for Leaders*, Second Edition, South-Western Cengage Learning.

10-المراجع الإضافية:

1- جودة، محفوظ أحمد (1999)، *العلاقات العامة، مفاهيم وممارسات*، الطبعة الثالثة، درا زهران للنشر والتوزيع.
2- كنجو، كنجو، واليوسفي، أحمد (2010)، *إدارة العلاقات العامة*، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حلب، مركز التعليم المفتوح، الإدارة والمحاسبة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
3- مرمان، دافيد (2010)، *الأساليب الحديثة في التسويق والعلاقات العامة، كيف تستخدم النشرات الاخبارية، المدونات، البث الصوتي، والتسويق المتسلسل والإعلام الشبكي للوصول إلى المشتري مباشرة*، ترجمة وإعداد محمد كردي، شعاع للنشر والعلوم.
4- KOTLER, Philip, and KELLER, Kevin Lane (2016), *Marketing Management*, Sixteenth Edition, Prentice Hall.

Formatted: Font: (Default) +Headings CS (Times New Roman), 12 pt, Complex Script Font: +Headings CS (Times New Roman), 12 pt

Formatted: Font: (Default) +Headings CS (Times New Roman), 12 pt, Complex Script Font: +Headings CS (Times New Roman), 12 pt

Formatted: Font: (Default) +Headings CS (Times New Roman), 12 pt, Complex Script Font: +Headings CS (Times New Roman), 12 pt

Formatted: Font: (Default) +Headings CS (Times New Roman), 12 pt, Complex Script Font: +Headings CS (Times New Roman), 12 pt

Formatted: Font: (Default) +Headings CS (Times New Roman), 12 pt, Complex Script Font: +Headings CS (Times New Roman), 12 pt

Formatted: Font: (Default) +Headings CS (Times New Roman), 12 pt, Complex Script Font: +Headings CS (Times New Roman), 12 pt