

المعايير والمفردات الاكاديمية

للمقررات الدراسية لقسم العلاقات العامة والاعلان

تنقسم مقررات قسم العلاقات العامة والاعلان كالتالي مقررات القسم العام بنوعها العامة الاجبارية 28 مقرر والعامة الاختيارية 11 مقرر يأخذ منها الطالب 4 مقررات فقط مقررات، إضافة الى المقررات التخصصية الاجبارية 13 مقرر والمقررات التخصصية الاختيارية 8 مقررات يأخذ منها الطالب 4 مقررات فقط.

ملاحظة مفردات مقررات القسم العام موجودة في المعايير والمفردات الاكاديمية للمقررات الدراسية للقسم العام

المقررات التخصصية الاجبارية للعلاقات العامة والاعلان: عددها 13 مقرر

مفردات مقرر ادارة العلاقات العامة

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد العلاقات العامة من ناحية إدارية وتنظيمية..
- إدراك الطالب لأهمية العلاقات العامة في المجالات المختلفة.
- ربط الطالب بين العلاقات العامة من ناحية نظرية وتطبيقية.
- تعريف الطالب بالمشكلات التي قد تواجهه أثناء عمله بمجال العلاقات العامة وسبل مواجهتها.
- تبصير الطالب بالمواصفات التي يجب أن يتحلى بها ك ممارس العلاقات العامة.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مراجعة المفهوم العلاقات العامة وأهدافها	زيارة الطلاب إلى مؤسسات مختلفة لمعرفة العلاقات العامة في المجال التطبيقي ومقارنته بالجانب النظري، بالإضافة إلى التعرف إلى المشكلات التي تواجه أجهزة العلاقات العامة واقتراح السبل العلمية لمواجهتها.
2	جمهور العلاقات العامة	
3	تنظيم العلاقات العامة	
4	مفهوم التنظيم وأهميته	

5	تنظيم العلاقات العامة	
6	العوامل المؤثرة في تنظيم العلاقات العامة	
7	موصفات العاملين في العلاقات العامة	
8	الامتحان الجزئي	
9	أشكال وأساليب تنظيم العلاقات العامة	زيارة الطلاب إلى المؤسسات لتقييم الأساليب التنظيمية المتبعة
10	أساليب تنظيم العمل في إدارة العلاقات العامة	
11	الأدوار المختلفة في العلاقات العامة	
12	علاقة إدارة العلاقات العامة بإدارة الأخرى	
13	دور العلاقات العامة في المجالات المختلفة	تصميم الطلاب لهياكل تنظيمية لإدارات العلاقات العامة على أسس علمية
14	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- محفوظ أحمد جودة، العلاقات مفاهيم وممارسات، 2006.
- محمد نجيب الصرايرة، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، 2001.
- محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، 2009.

مفردات مقرر ادارة الاعلان

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد الإعلان وعرضه.
- الإدراك لمفهوم الإعلان وتعريفه وأهميته في مجال العلاقات العامة.
- اكتساب مهارات التأثير الإعلاني وإستراتيجياته.
- القدرة على استخدام الأساليب الإقناعية المختلفة.
- فهم طرق تصميم الإعلان وعرضه في الوسائل الإعلامية المختلفة والتمكن من تطبيقها.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم الإعلان وتعريفه وأهميته	القدرة على استخدام الأساليب الإقناعية المختلفة
2	الإعلان وبعض المفاهيم المقاربة	
3	العلاقة بين الإعلان والعلاقات العامة	التدرب على طرق تصميم الإعلان وعرضه في الوسائل الإعلامية المختلفة
4	أنواع الإعلانات	
5	إعلانات العلاقات العامة	
6	عملية التأثير الإعلاني وعناصرها	
7	مفهوم الاتصال الإعلاني وإستراتيجياته	
8	الامتحان الجزئي	
9	الأساليب الإقناعية المستخدمة في الإعلانات	
10	مزايا الإعلان في الوسائل الإعلامية المطبوعة وعيوبها	
11	مزايا الإعلان في الإذاعات وعيوبها	
12	مزايا الإعلان في الإنترنت وعيوبه	
13	طرق تصميم الإعلان وعرضه في الوسائل المختلفة	
14	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- إسماعيل السيد، إدارة الإعلان 2000.
- محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، د.ت.
- منى سعد الحديدي، سلوى إمام، الإعلان أسسه، وسائله، فنونه، 2008

مفردات مقرر تنظيم الاحداث والمناسبات الخاصة

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد تنظيم الأحداث والمناسبات الخاصة.
- تعريف الطالب بمفهوم وأنواع الأحداث والمناسبات الخاصة في مجال العلاقات العامة.
- توضيح أهمية الأحداث والمناسبات الخاصة في دعم أهداف العلاقات العامة.
- تنمية المهارات العملية لدى الطالب فيما يتعلق بتنظيم المناسبات الخاصة بالعلاقات العامة.
- تدريب الطالب على طرق تنظيم الأحداث والمناسبات المختلفة في مجال العلاقات العامة.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم وطبيعة الأحداث والمناسبات التي تخص العلاقات العامة	إطلاع الطالب على مواقع في الإنترنت تسهم في إعطائه فكرة عن تنظيم المناسبات
2	دور المناسبات في دعم العلاقات	
3	أهداف المناسبات في العلاقات العامة	
4	وظائف المناسبات في العلاقات العامة	
5	تنظيم الزيارات الميدانية	
6	تنظيم المعارض	
7		
8	الامتحان الجزئي	
9	أنواع المعارض	زيارة الطلاب إلى الشركات والمؤسسات ومعرفة آلية تنظيم المناسبات والأحداث الخاصة ومحاولة مشاركتهم في تنظيمها
10	تنظيم الاجتماعات وأنواعها	
11	تنظيم المؤتمرات والمحاضرات	
12	تنظيم اللقاءات والمقابلات	تنظيم الطلاب للمناسبات والأحداث الخاصة داخل الكلية
13	تنظيم جمع البيانات المستقاة من الجماعات البورية	
14	توظيف التقنيات الاتصالية الحديثة في تنظيم المناسبات	
16	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، 2005.
- محمد منير حجاب ، سحر محمد وهيبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة"المدخل الاتصالي"، 1985.

مفردات مقرر مهارات الاتصال في العلاقات العامة

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد توظيف الاتصال بأنواعه في تحقيق أهداف العلاقات العامة.
- التعريف بمفهوم الاتصال وأنواعه وأهميته.
- تزويد الطالب بالاستراتيجيات التي يجب استخدامها في مجال العلاقات العامة.
- شرح طرق معالجة المعوقات التي قد تعترض العملية الاتصالية في مجال العلاقات العامة.
- إكساب الطالب المهارات الاتصالية اللازمة لأداء عمله كمدارس للعلاقات العامة.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مراجعة مفهوم وأهمية وشبكات الاتصال في العلاقات العامة	استنباط الطالب لمفهوم الاتصال وعناصره من خلال النقاش والحوار وذلك لتنمية مهارات التفكير والاستنتاج
2	مهارات الاتصال في العلاقات العامة (الحديث، الاستماع، القراءة)	
3	مهارات القائم بالعلاقات في التعامل مع وسائل الإعلام ووكالات الإنباء	
4	مهارات الاتصال المستخدمة في الإعلانات	فتح حوارات بين الطلاب كجماعات وذلك لتنمية المهارات الاتصالية لديهم
5	العوامل المؤثرة على جذب الانتباه للوسائل الإعلانية	
6	العوامل المؤثرة على جذب الانتباه للوسائل الإعلانية	
7	الامتحان الجزئي	
8	فنون اتصال العلاقات العامة بالرأي العام	القيام بالواجبات المطلوبة كورش عمل لزيادة قدرة الطالب على التواصل
9	الوظيفة الإقناعية للعلاقات العامة والإعلان	
10	مهارات استخدام تقنية اتصال حديثة تقنية الاتصال في عمل العلاقات العامة	
11		
12		
13		
14		
15	الامتحان النهائي	

المراجع

سكينة بن عامر، فن الاتصال بالآخرين، 2000.

- محمد عبد الغني حسن هلال، مهارات إدارة العلاقات العامة، الاتجاهات والمفاهيم الحديثة، 2008.

مفردات مقرر برامج العلاقات العامة

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد.
- الإدراك التام لأهمية كل مرحلة ووظيفة للعلاقات العامة.
- تدريب الطالب على تنفيذ كل مرحلة من مراحل العلاقات العامة.
- شرح أهمية العلاقات العامة وأهدافها مع الجمهور الداخلي والخارجي.
- تنمية مهارات التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم برامج العلاقات العامة	زيارة الطلاب إلى مؤسسات مختلفة ومقارنة الوظائف النظرية للعلاقات العامة بالوظائف الممارسة فعلياً في المؤسسات الليبية
2	أنواع برامج العلاقات العامة	
3	مفهوم تخطيط لبرامج العلاقات العامة	
4	أهمية متطلبات وأنواع تخطيط لبرامج العلاقات العامة	
5	استخدام البحوث في تخطيط لبرامج العلاقات العامة	
6	إستراتيجيات التخطيط	
7	اختيار وسائل الاتصال المناسبة لتنفيذ خطط العلاقات العامة	
8	الامتحان الجزئي	
9	تقييم ومتابعة برامج العلاقات العامة	تدريب الطلاب على تحديد موضوعات وتطبيق المراحل العلمية للعلاقات العامة عليها وذلك بإعداد البحوث والخطط وتقييمها
10	مفهوم التقويم وأنواعه	
11	مراحل التقويم	
12	عرض نماذج تطبيقية لبعض برامج العلاقات العامة في مؤسسات المختلفة	تدريب الطلاب على تصميم برامج العلاقات العامة
13	الامتحان النهائي	

المراجع

صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، 2004.

- علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، 2008.

- محفوظ أحمد جودة، العلاقات مفاهيم وممارسات، 2000.

مفردات مقرر العلاقات العامة التخصصية

اهداف المقرر:

- أ- الهدف المعرفي : توضيح مفهوم العلاقات العامة التخصصية .
 ب- المهارات الذهنية : أن يصبح الطالب قادراً على أن:
 • يحلل العوامل المؤثرة على طبيعة نشاط العلاقات العامة .
 • يتدرب على كيفية إعداد برنامج للعلاقات العامة في مجالات متعددة .
 ج- المهارات المهنية والعملية :
 • جمع البيانات والمعلومات عن إدارة العلاقات العامة في إحدى مؤسسات الدولة ويصمم وينفذ برنامج على إحدى تلك المؤسسات .

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مدخل عن العلاقات العامة التخصصية	
2	العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية	
3	العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية	
4	العلاقات العامة وأهميتها في المؤسسات المالية	
5	إدارة العلاقات العامة في البنوك	
6	العلاقات العامة في شركات التأمين	
7	حالات تطبيقية عن العلاقات العامة في العالم والوطن العربي وفي المؤسسات الليبية .	تدريب الطلبة على إعداد برنامج لدى إحدى القطاعات التي سبق دراستها
8	الإمتحان الجزئي	
9	العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية	
10	العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية	
11	العلاقات العامة في قطاع البيئة	
12	العلاقات العامة في قطاع السياحة	
13	العلاقات العامة في قطاع الصحة	
14	العلاقات العامة في المجال الرياضي	
15	مراجعة	
16	الإمتحان النهائي	

قائمة المراجع :

1. إبراهيم إمام , (فن العلاقات والعامة والاعلام , القاهرة , مكتبة الأنجلو المصرية , 1968.
2. عمر التومي الشيباني , (دراسات في الإدارة التعليمية والتخطيط التربوي) ,بنغازي , دار الكتب الوطنية , الطبعة الأولى , 1992 .
3. محفوظ أحمد جودة , (إدارة العلاقات العامة ,مفاهيم وممارسات) مؤسسة زهران , 1997.
4. محمود يوسف , العلاقات العامة في المجال التطبيقي , القاهرة , جامعة القاهرة , الطبعة الأولى , 2009.
5. محمد عبد الفتاح محمد , العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الإجتماعية , الإسكندرية , المكتب الجامعي الحديث , 2007.
6. د. علي عوجة , العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق , القاهرة , عالم الكتب , 2001

مفردات مقرر الصورة الذهنية

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وطرق العلاقات في تكوين وتحسين الصورة الذهنية للمنظمات.
- توضيح مفهوم الصورة الذهنية وأنواعها ومراحل تكوينها.
- تفسير أهمية علم الصورة الذهنية بالنسبة للعلاقات العامة وتوضيح علاقتها.
- دعم القدرات المعرفية لدى الطالب لكي يتمكن من تصميم برامج تكوين الصورة الذهنية لكافة المؤسسات.
- الإسهام في تزويد الطالب بالقدرات التي تؤهله لإعداد خطط لتحسين الصورة الذهنية.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم الصورة الذهنية	التدرب على إعداد برامج تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات بمختلف أنواعها
2	أنواع الصورة الذهنية	
3	مراحل تكوين الصورة الذهنية	
4	ماهية الصورة الذهنية للمنظمة	إعداد برامج لتحسين الصورة الذهنية
5	سمات الصورة الذهنية للمنظمة	
6	عملية إدارة الصورة الذهنية للمنظمة	
7	الامتحان الجزئي	
8	عملية تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة	
9	دور الاتصالات في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة	
10	العوامل المؤثرة على تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة	
11	مكونات الصورة الذهنية للمنظمة	
12	نظرية إدارة صورة المنظمة	
13	دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمنظمة	
14	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، 2003.
- علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، 2008.
- محمود يوسف ، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، 2009.

مفردات مقرر تصميم مطبوعات العلاقات العامة

اهداف المقرر:

- معرفة المفاهيم والمصطلحات الخاصة وما هو تصميم المطبوعات والأساليب الحديثة و حساب المساحات
- تنمية الحس التخيلي والمهاري للوصول للإبداع
- إتقان العمل على برامج حاسوب متخصصة ومتطورة
- القدرة على ملاحظات المشاكل الفنية والقدرة على وضع الحلول

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مدخل لمفهوم التصميم الطباعي	تصميم الشعارات والعلامات التجارية
2	تصميم مطبوعات العلاقات العامة من حيث المحتوى والعناصر الإخراجية	تصميم المطويات
3	الأساليب الفنية في تصميم مطبوعات العلاقات العامة	تصميم الصحيفة والمجلة
4	برمجيات الحاسوب المتخصصة في تصميم المطبوعات	تصميم الكتيبات وأغلفة الكتب
5	الحرف المطبوع وأساليب جمع النصوص والعناوين	تصميم الإعلانات والملصقات
6	الصور واللون والرسوم في الطباعة	
7	// // //	
8	الامتحان الجزئي	
9	الخطوط الفنية والفواصل	
10	الملمس في الطباعة	
11	مساحة العمل	
12	بناء الصفحة المطبوعة وتصميمها	
13	مكونات التصميم	
14	أسس ومبادئ التصميم (النقطة البؤرية، الانسجام، الإيقاع، التناسب، وحدة الفكر)	
15	الامتحان النهائي	

- المراجع الخاصة بالمقرر:
- - دوج نيو سوم Doug Newsom، بوب كاريل Bob carrell، ترجمة فايد رباح، الكتابة للعلاقات العامة الشكل والأسلوب، 2003.
- - فيليب هنسلو Hilip Hanslo ترجمة خالد العامري، فن إدارة العلاقات العامة ، 2007.

مفردات مقرر الكتابة في العلاقات العامة

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد الكتابة في مجال العلاقات العامة.
- توضيح أهمية الكتابة في مجال العلاقات العامة.
- شرح الأسس العلمية للكتابة في مجال العلاقات العامة.
- تدريب الطالب على الكتابة للعلاقات العامة في كافة وسائل الإعلام.
- تنمية مهارات التحرير الإعلاني بمختلف أنواعه.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	أهمية الكتابة في مجال العلاقات العامة	كتابة الطالب للأشكال المختلفة من مطبوعات العلاقات العامة من كتيبات ونشرات وملصقات ومقالات
2	الخطوات التنفيذية للكتابة في العلاقات	
3	قواعد الكتابة في العلاقات العامة	
4	أشكال الكتابة في العلاقات العامة	
5	أساسيات الكتابة للعلاقات وقولها الفنية	
6	أهمية ومزايا البيانات الإخبارية واستخدامها	
7	قواعد البيانات الإخبارية	
8	الامتحان الجزئي	
9	المقروئية لمواد العلاقات وأهمية التحرير	
10	أساسيات كتابة إعلانات العلاقات العامة	
11	فن تحرير الإعلان وأهميته	التدريب على تحرير الإعلانات في الوسائل الإعلامية المختلفة
12	وظائف وأهداف تحرير الإعلان	
13	سيكولوجية الرسالة الإعلامية	
14	تحرير الإعلان في الصحف والمجلات	
15	تحرير الإعلان في الإذاعتين المسموعة والمرئية	
16	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- دوج نيو سوم Doug Newsom، بوب كاريل Bob carrell، ترجمة فايد رباح، الكتابة للعلاقات العامة الشكل والأسلوب، 2003.
- فيليب هنسلو p hilip Hanslo ترجمة خالد العامري، فن إدارة العلاقات العامة ، 2007.
- محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، 2006.

مفردات مقرر نماذج العلاقات العامة والاعلان

اهداف المقرر:

- أ- الهدف المعرفي : شرح كافة نظريات ونماذج العلاقات العامة .
- ب- المهارات الذهنية : أن يصبح الطالب قادرا على :
 - توظيف نظريات ونماذج العلاقات العامة ضمن واقع إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الليبية
 - استنباط الفروض من النظريات ومجالها التطبيقي في المؤسسات الليبية والقدرة على اختبارها .
- ج- المهارات المهنية والعملية :
 - التركيز على كيفية تطبيق هذه الأسس النظرية في ممارسة العلاقات العامة .

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	أولا : النماذج المرتبطة بممارسة العلاقات العامة : نماذج جرونج "Gronig1997"	تدريب الطلبة على توظيف النموذج داخل المؤسسات الليبية .
2	نموذج بيرسون "pearson"	
3	نموذج شارب "sharpe"	
4	النظريات الخاصة بعلاقة المنظمة ببيئتها : - نظرية النظم	
5	- (نظرية التنسيق , نظرية المزايا التنافسية)	تدريب الطلبة على كيفية استنباط الفروض واختبارها
6	- نظرية الامتياز	
7	- (مدخل حل الصراع , نظرية الحوار)	
8	الامتحان الجزئي	
9	ثالثا: النظريات المعرفية والسلوكية : (نظرية تجميع العمل, نظرية التعلم الاجتماعي.)	
10	رابعا: النظريات الخاصة بوسائل الاتصال : (نظرية وضع الأجندة , نظرية التأطير)	
11	التخطيط الإستراتيجي للعلاقات العامة	
12	التخطيط الإستراتيجي للعلاقات العامة	
13	الاتصال في العلاقات العامة (التكتيكات)	
14	الاتصال في العلاقات العامة (التكتيكات)	
15	مراجعة لكل ماسبق دراسته	
16	الامتحان النهائي	

قائمة المراجع :

- 1- راسم الجمال , خيرت معوض , إدارة العلاقات العامة , المدخل الإستراتيجي (القاهرة :الدار المصرية اللبنانية , 2004).
- 2- شدون علي شيبية , النماذج والإتجاهات النظرية في دراسة العلاقات العامة , (الإسكندرية :دار المعرفة الجامعية)2005

مفردات مقرر الاتصال التنظيمي

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد الاتصال التنظيمي.
- إدراك الطالب لماهية ومفهوم الاتصال التنظيمي.
- جعل الطالب مستوعباً لأهمية الاتصال التنظيمي من الناحية العلمية والعملية.
- تطوير مهارات الاتصال التنظيمي لدى الطالب.
- توضيح المداخل السلوكية للاتصال التنظيمي.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم الاتصالات التنظيمية	العمل كمجموعات لتطبيق أساسيات وقنوات الاتصال التنظيمي داخل المحاضرة
2	أهمية الاتصالات التنظيمية	
3	قنوات	
4	وظائف الاتصالات التنظيمية في العملية الإدارية	
5	وضوح العلاقات التنظيمية وعلاقتها بفهم واستيعاب الآخرين	
6	المناخات المؤثرة في الاتصال التنظيمي	
7	الامتحان الجزئي	
8	سياسات الاتصال التنظيمي	
9	المداخل السلوكية للاتصال التنظيمي	
10	المداخل السلوكية للاتصال التنظيمي	
11	الاتصال التنظيمي الفعال في البيئة التنظيمية المتغيرة	
12	تحسين مهارات الاتصال التنظيمي	
13	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- أحمد ماهر، الاتصالات الإدارية، 2003.
- خالد سعيد أسببته، الاتصال التنظيمي رسالة ماجستير غير منشورة، 2000.

مفردات مقرر ادارة الازمات في العلاقات العامة

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد إدارة الأزمات في العلاقات العامة.
- التعريف بمفهوم الأزمة ومراحلها وخصائصها وأنواعها.
- تمكين الطالب من كتابة خطة لإدارة الأزمات.
- التوضيح لاستراتيجيات اتصالات الأزمة ونماذجها العلمية.
- اكتساب مهارات العلاقات العامة في معالجة الأزمات.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	تعريف الأزمة ومراحلها وخصائصها وأنواعها	تصميم خطط مختلفة لإدارة أزمات متنوعة
2	مفهوم إدارة الأزمات	القيام ببرامج علاقات عامة لمعالجة الأزمات المختلفة
3	كيفية كتابة خطة لإدارة الأزمات	
4	اتصالات الأزمة وأهميتها	
5	إستراتيجيات اتصالات الأزمة	
6	محددات فعالية اتصالات الأزمة	
7	إعلام الأزمة	
8	الامتحان الجزئي	
9	النماذج العلمية لاتصالات الأزمة	
10	نماذج اتصالات إدارة التغيير	
11	نماذج اتصالات إدارة التغيير	
12	نماذج اتصالات إدارة القضايا	
13	نماذج اتصالات الأزمة	
14	العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات	
15	دور العلاقات العامة في معالجة الأزمات	
16	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- راسم محمد جمال، خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي، 2008.
- علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، 2008.
- محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، 2006.

المقررات التخصصية الإجبارية للعلاقات العامة والإعلان: عددها 8 يأخذ منها الطالب 4 مقررات

مفردات مقرر مبادئ التسويق

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد التسويق.
- تعريف الطالب بمفهوم التسويق وأنواعه وعناصره.
- تفسير طرق تسويق السلع والخدمات.
- يتمكن الطالب بعد دراسته للمقرر من إدراك العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك وأساليب التعامل معه.
- اكتشاف العلاقة بين العلاقات العامة والتسويق.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم التسوق	إعداد برامج وخطط تسويقية وفقاً لما تم دراسته في مقررات الإعلان والعلاقات العامة والتسويق
2	مراحل تطور المفهوم التسويقي	
3	مفهوم التسويق المجتمعي	
4	مفهوم الأسواق وأنواعها	إعداد البحوث التي تسهم في فهم سلوك المستهلك أو المستفيد
5	عناصر المزيج التسويقي " مفهوم السلعة، وأنواعها، وعلامتها، ودورة حياتها"	
6	مفهوم التسعير وسياساته	
7	الترويج والإعلان	
8	الامتحان الجزئي	
9	البيع الشخصي والنشر	
10	مفهوم التوزيع وقنواته	
11	علاقة العلاقات العامة بالتسويق " العلاقات العامة التسويقية"	
12	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- شيماء السيد سالم، الاتصالات التسويقية المتكاملة، 2006.

- محمد فريد الصحن، التسويق، 2005.

مفردات مقرر ثقافة المؤسسة

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد الثقافة التنظيمية للمؤسسات.
- التعريف بمفهوم الثقافة التنظيمية وأهميتها.
- تزويد الطالب بأسس بناء والحفاظ على الثقافة التنظيمية.
- معرفة إدارة الثقافة التنظيمية.
- إدراك أهمية التغيير التنظيمي.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	طبيعة الثقافة التنظيمية	تقديم توصيات واقتراحات على غرس الثقافة التنظيمية في المؤسسات الليبية وفي إدارات العلاقات العامة
2	أهمية الثقافة التنظيمية	
3	أسس بناء والحفاظ على الثقافة التنظيمية	
4	إدارة الثقافة التنظيمية	
5	ثقافة التغيير التنظيمي ومفهومه	
6	أهمية ثقافة التغيير التنظيمي	
7	مقاومة ثقافة التغيير التنظيمي وأساليب معالجتها	
8	الامتحان الجزئي	
9	التفاعل بين الثقافة التنظيمية المحلية وثقافة الشركات المتعددة الجنسية	
10	دراسة بعض الظواهر المعبرة عن الثقافة التنظيمية في الوطن العربي	
11	دراسة بعض الظواهر المعبرة عن الثقافة التنظيمية في ليبيا	
12	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- أبوبكر مصطفى بعير، مبادئ الإدارة العامة، 1990.

مفردات مقرر الأنشطة الترويجية

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد الترويج.
- تعريف الطالب بمفهوم ترويج المبيعات والترويج الاجتماعي والفرق بينهما.
- اكتساب مهارات التسويق الاجتماعي.
- تمكين الطالب من تصميم البحوث التسويقية والترويجية.
- التدريب على تصميم البرامج الترويجية.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم ترويج المبيعات والترويج الاجتماعي والفرق بينهما	التدريب على تصميم البرامج الترويجية
2	تطور التسويق الاجتماعي	
3	إستراتيجيات التسويق الاجتماعي في التغيير الاجتماعي	
4	بحوث المزيج التسويقي	
5	الامتحان الجزئي	
6	إدراج برامج التسويق الاجتماعي ودوره في القطاعات المختلفة	
7	دور المنظمات الحكومية في مجال التسويق الاجتماعي	
8	أهداف ترويج المبيعات وبرامجه ومحدداته	
9	مفهوم الترويج الإعلامي	
10	أساليب الترويج الإعلامي	
11	برامج الترويج الإعلامي	
12	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- شريف أحمد شريف العاصي، الترويج والعلاقات العامة مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، 2006.
- هدى لطيف، العلاقات العامة، 2008.

مفردات مقرر فن التفاوض

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد التفاوض.
- معرفة مفهوم التفاوض.
- إدراك أهمية التفاوض في مجال العلاقات العامة ومبادئه الأساسية.
- اكتساب السمات الواجب توافرها في الشخص المفاوض.
- إتقان مهارات التفاوض وفنونه.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم التفاوض وتعريفه	إتقان مهارات التفاوض وفنونه
2	أهمية التفاوض في مجال العلاقات العامة	
3	المبادئ الأساسية للتفاوض	
4	أهداف التفاوض في مجال العلاقات العامة	
5	مهارات التفاوض وفنونه	
6	طرق التفاوض وأساليبه	
7	طرق التفاوض وأساليبه	
8	الامتحان الجزئي	
9	السمات الواجب توافرها في الشخص المفاوض	
10	العوامل المساعدة على نجاح عملية التفاوض	
11	العوامل المساعدة على نجاح عملية التفاوض	
12	نظريات التفاوض	
13	نظريات التفاوض	
14	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- حسن الحسن، التفاوض والعلاقات العامة، 1993.

- راسم محمد الجمال، خبرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي، 2008. مفردات مقرر

مفردات مقرر الاعلان الازاعي

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد الإعلان الإذاعي.
- التعريف بمفهوم الإعلان الإذاعي وأنواعه.
- إدراك القوالب الفنية للإعلان الإذاعي.
- معرفة العوامل المساعدة على نجاح الإعلان الإذاعي المسموع والمرئي.
- التدريب على تحرير الإعلان المسموع والمرئي وتصميمه.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم الإعلان الإذاعي	التدريب على تحرير الإعلان الإذاعي المسموع والمرئي وتصميمه
2	أنواع الإعلان الإذاعي	
3	أهمية الإعلان في الإذاعتين المسموعة والمرئية	
4	خصائص الإذاعات المسموعة والمرئية كوسيلة لنشر الإعلانات	
5	القوالب الفنية للإعلان الإذاعي	
6	الامتحان الجزئي	
7	القوالب الفنية للإعلان الإذاعي	
8	طرق تحرير الإعلان الإذاعي المسموع والمرئي وفنونه	
9	طرق تحرير الإعلان الإذاعي المسموع والمرئي وفنونه	
10	طرق تحرير الإعلان الإذاعي المسموع والمرئي وفنونه	
11	العوامل المساعدة على نجاح الإعلان المسموع والمرئي	
12	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- إبراهيم إمام ، الإعلان الإذاعي والتلفزيوني، 1985.
- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام، الإعلان ، أسسه، وسائله، فنونه، 2008.

مفردات مقرر العلاقات العامة الدولية

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد العلاقات العامة الدولية.
- توضيح أهمية العلاقات العامة في المجال الدولي.
- تزويد الطالب بمعلومات عن أدبيات ونظريات العلاقات العامة الدولية.
- خلق عناصر بشرية قادرة على العمل في مجال العلاقات العامة الدولية وتنمية أخلاقياتها لديهم.
- تنمية مهارات الاتصال الدولي لدى الطالب.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	العلاقات العامة الدولية ومفهومها	تكوين حلقات نقاش عن مفهوم العلاقات العامة الدولية واستنباطه من خلال ماتم دراسته في مواد سابقة
2	العلاقات العامة الدولية في سياق العولمة	
3	بيئة الاتصال في عصر العولمة	
4	نظريات العلاقات العامة الدولية	تحليل الأخبار والبرامج والأحداث الدولية والسياسية لمعرفة المواقف والأمثلة المعبرة عن العلاقات العامة الدولية
5	نظريات العلاقات العامة الدولية	
6	المتغيرات البيئية المؤثرة على ممارسة العلاقات العامة الدولية	
8	الامتحان الجزئي	
9	العلاقات العامة الدولية	تدريب الطلاب على مهارات الاتصال الدولي وتنميتها لديهم
10	العلاقات العامة الحكومية الدولية	
11	الاتصال في العلاقات الدولية	
12	إستراتيجيات الاتصال في العلاقات العامة الدولية	
13	نماذج الاتصال في العلاقات العامة الدولية	
14	تأثير العلاقات العامة الدولية	
15	أخلاقيات العلاقات العامة الدولية	
16	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- راسم محمد الجمال، العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات، 2008.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، 2005.

مفردات مقرر الاتصالات التسويقية

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد الاتصالات التسويقية .
- الإدراك لمفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة .
- معرفة استراتيجيات الاتصالات التسويقية ونماذج استخدامها.
- القدرة على تقييم وقياس فاعلية الاتصالات التسويقية .
- التدريب على استخدام التقنيات الحديثة في دعم الأنشطة والاتصالات التسويقية .

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم الاتصالات التسويقية	
2	نموذج عملية الاتصالات التسويقية	
3	النماذج المتقدمة للاتصالات التسويقية	
4	أهداف الاتصالات التسويقية	
5	مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة	
6	مبادئ الاتصالات التسويقية المتكاملة وخصائصها	
7	مراجعة	
8	الامتحان الجزئي	
9	الاختلاف بين الاتصالات التقليدية والمتكاملة	
10	استراتيجيات الاتصالات التسويقية	
11	التخطيط للاتصالات التسويقية	
12	التخطيط للاتصالات التسويقية	
13	الأخلاق والاتصالات التسويقية	
14	محاضرة تدريبية	تدريب الطلبة على استخدام التقنيات الحديثة في دعم الأنشطة والاتصالات التسويقية
15	مراجعة	
16	الامتحان النهائي	

قائمة المراجع:

د. سامي عبد العزيز , الاتصالات التسويقية المتكاملة , القاهرة , دار النهضة العربية , 2006

مفردات مقرر المراسم والبروتوكول

اهداف المقرر:

- تزويد الطالب بأساسيات ومفاهيم وقواعد المراسم والبروتوكول في مجال العلاقات العامة.
- التعريف بمفهوم البروتوكول وأهميته.
- إكساب الطالب مهارات التعامل وأدابها في أوقات المراسم والاحتفالات والمؤتمرات.
- توضيح المبادئ الواجب مراعاتها في المقابلات الرسمية والمواعيد.
- المساهمة في تزويد الطالب أساليب المناقشة ومهارات الحديث مع كبار الشخصيات.

الأسبوع	الجانب النظري	الجانب العملي
1	مفهوم البروتوكول وأهميته	إكساب الطالب مهارات التعامل وأدابها في أوقات المراسم والاحتفالات والمؤتمرات
2	مقدمة تاريخية	
3	مؤهلات العاملين بالمراسم	
4	السمات الشخصية لمدير المراسم	
5	زيارات الوفود وترتيبات البرامج والموكب	
6	الدعوات والمآدب	
7	الاستقبال والتوديع	
8	الامتحان الجزئي	
9	الأسبقيات	
10	المبادئ الواجب مراعاتها في المقابلات الرسمية والمواعيد	
11	بروتوكولات بطاقات الزيارة	
12	آداب المصافحة	
13	مراسم التعارف	
14	خطوات إعداد الحفلات والمؤتمرات	
15	أساليب المناقشة ومهارات الحديث مع كبار الشخصيات	
16	الامتحان النهائي	

المراجع الخاصة بالمقرر:

- حسين شفيق، المراسم والبروتوكول، 2006.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، 2005.
- محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات،

