

الخطة الدراسية للدبلوم التدريبي (المهني) في تخصص:

الإعلام والعلاقات العامة

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
1	مقدمة في الإعلام والعلاقات العامة	15	15	تعريف الطلاب بأساسيات الإعلام والعلاقات العامة ودورها في بناء الصورة العامة للشركات والمنظمات.	<ul style="list-style-type: none"> - تعريف الإعلام والعلاقات العامة وأهدافها - الفرق بين الإعلام والعلاقات العامة وأثرهما في المجتمع - تطور الإعلام والعلاقات العامة في العصر الحديث - العلاقة بين الإعلام والعلاقات العامة في الشركات والمؤسسات - دور الإعلام والعلاقات العامة في تشكيل الصورة العامة للمؤسسات.
2	استراتيجيات الإعلام والعلاقات العامة	15	15	تعلم استراتيجيات الإعلام الفعالة والعلاقات العامة في سياقات مختلفة مثل الشركات والمؤسسات.	<ul style="list-style-type: none"> - وضع استراتيجيات فعالة للإعلام والعلاقات العامة - استخدام وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في العلاقات العامة - تطوير خطط الإعلام والعلاقات العامة للأزمات - تحليل الجمهور المستهدف وكيفية التواصل معه - قياس تأثير الاستراتيجيات على صورة المؤسسة وسمعتها.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
3	الكتابة الصحفية والإعلامية	18	12	تعلم كيفية كتابة المحتوى الصحفي والإعلامي باستخدام أساليب صحفية فعالة تجذب الجمهور.	<ul style="list-style-type: none"> - مبادئ الكتابة الصحفية والإعلامية وأسلوبها - صياغة الأخبار والتقارير الصحفية بشكل مؤثر - تقنيات الكتابة للنشر في وسائل الإعلام المختلفة - كتابة البيانات الصحفية والعلاقات العامة - تطوير مهارات الكتابة الصحفية بما يتناسب مع الجمهور المستهدف.
4	إدارة الأزمات في العلاقات العامة	15	15	تعلم كيفية التعامل مع الأزمات والمواقف السلبية وكيفية إدارة الأزمات الإعلامية والتواصل مع الجمهور بفعالية.	<ul style="list-style-type: none"> - تعريف الأزمات وأنواعها وأثرها على سمعة المؤسسة - استراتيجيات التعامل مع الأزمات الإعلامية - تطوير خطط إدارة الأزمات وتحديد المسؤوليات - التواصل الفعال أثناء الأزمات لضمان استقرار الصورة العامة - تحليل حالات واقعية للأزمات وكيفية التعامل معها بنجاح.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
5	الإعلام الرقمي والعلاقات العامة عبر الإنترنت	20	10	فهم تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات العامة وكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأدوات الرقمية.	<ul style="list-style-type: none"> - استخدام منصات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة - استراتيجيات العلاقات العامة عبر الإنترنت - قياس فعالية الحملات الإعلامية الرقمية - التفاعل مع الجمهور عبر الإنترنت والتأثير على الرأي العام - إدارة سمعة المؤسسة على الإنترنت والتعامل مع التعليقات السلبية.
6	العلاقات العامة في المؤسسات والشركات	15	15	تعلم كيفية تطبيق العلاقات العامة في بيئة المؤسسات والشركات وكيفية تعزيز السمعة المؤسسية.	<ul style="list-style-type: none"> - دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المؤسسة والشركات - استراتيجيات بناء علاقات قوية مع الإعلاميين والجمهور - استخدام العلاقات العامة في إدارة سمعة الشركات - تطوير برامج العلاقات العامة في الشركات الصغيرة والكبيرة - التعامل مع الأزمات والمشكلات الإعلامية في المؤسسات.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
7	الإعلام والتسويق في العلاقات العامة	18	12	دراسة العلاقة بين الإعلام والتسويق وكيفية استخدام استراتيجيات الإعلام في دعم الحملات التسويقية.	<ul style="list-style-type: none"> - الربط بين الإعلام والتسويق ودورهما في بناء العلامة التجارية - استراتيجيات التسويق الإعلامي ودورها في تحسين التواصل مع الجمهور - استخدام الإعلام التقليدي والرقمي في الحملات التسويقية - فهم سلوك المستهلك وكيفية استهدافه عبر الإعلام والعلاقات العامة - قياس فعالية الحملات الإعلامية التسويقية وتحليل نتائجها.
8	أدوات الإعلام الرقمي والعلاقات العامة	18	12	تعلم كيفية استخدام الأدوات الرقمية مثل المواقع الإلكترونية والمدونات والتطبيقات لتطوير العلاقات العامة.	<ul style="list-style-type: none"> - التعرف على أدوات الإعلام الرقمي المختلفة مثل المدونات، والبودكاست، والفيديوهات - استخدام أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي - تحليل البيانات الصحفية عبر الإنترنت وقياس الأداء - منصات التحليل والقياس لتحديد نجاح الحملات الإعلامية - استخدام تقنيات تحسين محركات البحث (SEO) في العلاقات العامة.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
9	تنظيم الفعاليات والعلاقات العامة	20	10	تعلم كيفية تنظيم الفعاليات والمؤتمرات والأنشطة التي تدعم استراتيجيات العلاقات العامة وتساهم في بناء الصورة الإيجابية.	<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجيات تخطيط وتنظيم الفعاليات العامة في المؤسسات. - دور الفعاليات في تعزيز العلاقات العامة وبناء سمعة المؤسسة. - إدارة الفرق والموارد في تنظيم الفعاليات. - التعامل مع وسائل الإعلام أثناء الفعاليات. - تقييم فعالية الفعاليات وقياس تأثيرها على الجمهور.
10	قياس فعالية الحملات الإعلامية والعلاقات العامة	18	12	تعلم كيفية قياس وتحليل فعالية الحملات الإعلامية والعلاقات العامة باستخدام الأدوات المناسبة والتقارير.	<ul style="list-style-type: none"> - استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس فعالية الحملات. - تحليل بيانات الجمهور ونتائج الحملات الإعلامية. - تقنيات المراجعة والتحليل للمحتوى الإعلامي ونتائج حملاته. - استخدام أبحاث الرأي العام لفهم تأثير الحملات. - تطوير استراتيجيات التحسين بناءً على نتائج القياس.