

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"> <li>- تعريف الإعلام والعلاقات العامة وأهدافها</li> <li>- الفرق بين الإعلام والعلاقات العامة وأثرهما في المجتمع</li> <li>- تطور الإعلام والعلاقات العامة في العصر الحديث</li> <li>- العلاقة بين الإعلام والعلاقات العامة في الشركات والمؤسسات</li> <li>- دور الإعلام والعلاقات العامة في تشكيل الصورة العامة للمؤسسات.</li> </ul> |
| 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"> <li>- وضع استراتيجيات فعالة للإعلام والعلاقات العامة</li> <li>- استخدام وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في العلاقات العامة</li> <li>- تطوير خطط الإعلام والعلاقات العامة للأزمات</li> <li>- تحليل الجمهور المستهدف وكيفية التواصل معه</li> <li>- قياس تأثير الاستراتيجيات على صورة المؤسسة وسمعتها.</li> </ul>                  |

| 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"> <li>- مبادئ الكتابة الصحفية والإعلامية وأسلوبها</li> <li>- صياغة الأخبار والتقارير الصحفية بشكل مؤثر</li> <li>- تقنيات الكتابة للنشر في وسائل الإعلام المختلفة</li> <li>- كتابة البيانات الصحفية والعلاقات العامة</li> <li>- تطوير مهارات الكتابة الصحفية بما يتناسب مع الجمهور المستهدف.</li> </ul>          |
| 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"> <li>- تعريف الأزمات وأنواعها وأثرها على سمعة المؤسسة</li> <li>- استراتيجيات التعامل مع الأزمات الإعلامية</li> <li>- تطوير خطط إدارة الأزمات وتحديد المسؤوليات</li> <li>- التواصل الفعال أثناء الأزمات لضمان استقرار الصورة العامة</li> <li>- تحليل حالات واقعية للأزمات وكيفية التعامل معها بنجاح.</li> </ul> |

| 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"> <li>- استخدام منصات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة</li> <li>- استراتيجيات العلاقات العامة عبر الإنترنت</li> <li>- قياس فعالية الحملات الإعلامية الرقمية</li> <li>- التفاعل مع الجمهور عبر الإنترنت والتأثير على الرأي العام</li> <li>- إدارة سمعة المؤسسة على الإنترنت والتعامل مع التعليقات السلبية.</li> </ul>        |
| 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"> <li>- دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المؤسسة والشركات</li> <li>- استراتيجيات بناء علاقات قوية مع الإعلاميين والجمهور</li> <li>- استخدام العلاقات العامة في إدارة سمعة الشركات</li> <li>- تطوير برامج العلاقات العامة في الشركات الصغيرة والكبيرة</li> <li>- التعامل مع الأزمات والمشكلات الإعلامية في المؤسسات.</li> </ul> |

| 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"> <li>- الربط بين الإعلام والتسويق ودورهما في بناء العلامة التجارية</li> <li>- استراتيجيات التسويق الإعلامي ودورها في تحسين التواصل مع الجمهور</li> <li>- استخدام الإعلام التقليدي والرقمي في الحملات التسويقية</li> <li>- فهم سلوك المستهلك وكيفية استهدافه عبر الإعلام والعلاقات العامة</li> <li>- قياس فعالية الحملات الإعلامية التسويقية وتحليل نتائجها.</li> </ul> |
| 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"> <li>- التعرف على أدوات الإعلام الرقمي المختلفة مثل المدونات، والبودكاست، والفيديوهات</li> <li>- استخدام أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي</li> <li>- تحليل البيانات الصحفية عبر الإنترنت وقياس الأداء</li> <li>- منصات التحليل والقياس لتحديد نجاح الحملات الإعلامية</li> <li>- استخدام تقنيات تحسين محركات البحث (SEO) في العلاقات العامة.</li> </ul>              |

| 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"> <li>- استراتيجيات تخطيط وتنظيم الفعاليات العامة في المؤسسات.</li> <li>- دور الفعاليات في تعزيز العلاقات العامة وبناء سمعة المؤسسة.</li> <li>- إدارة الفرق والموارد في تنظيم الفعاليات.</li> <li>- التعامل مع وسائل الإعلام أثناء الفعاليات.</li> <li>- تقييم فعالية الفعاليات وقياس تأثيرها على الجمهور.</li> </ul>              |
| 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"> <li>- استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس فعالية الحملات.</li> <li>- تحليل بيانات الجمهور ونتائج الحملات الإعلامية.</li> <li>- تقنيات المراجعة والتحليل للمحتوى الإعلامي ونتائج حملاته.</li> <li>- استخدام أبحاث الرأي العام لفهم تأثير الحملات.</li> <li>- تطوير استراتيجيات التحسين بناءً على نتائج القياس.</li> </ul> |