

نموذج رقم (١٢)

جامعة / أكاديمية: جامعة جنوب الوادي

كلية / معهد: كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال

قسم: الإعلام الإلكتروني

توصيف مقرر دراسي

١- بيانات المقرر		
الرمز الكودي : Ece211	اسم المقرر : الحملات الإعلامية عبر الإنترنت	الفرقة / المستوى: المستوى الثالث
التخصص: الإعلام الإلكتروني	عدد الوحدات الدراسية : نظري	<div>٢</div> <div>عملى</div> <div>٢</div>

<p>يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطلاب بأهداف وأسس وخصائص واستراتيجيات الحملات الإعلامية عبر الإنترنت، كما يتناول أنواع الحملات الإعلامية السياسية والاجتماعية والثقافية، وأنواع الرسائل الإعلامية المستخدمة فيها الوسائط المتعددة والوثائق المدعمة للحملات الإعلامية عبر الإنترنت.</p>		٢- هدف المقرر
٣- المستهدف من تدريس المقرر:		
<p>أ١- شرح مفهوم الحملة الإعلامية عبر الإنترنت. أ٢- رسم حملة إعلامية بكافة مراحلها. أ٣- إنجاز الحملات الإعلامية عبر الإنترنت. أ٤- شرح وتحليل نتائج الحملات الإعلامية.</p>		أ- المعلومات والمفاهيم
<p>ب١- إدراك خصائص الحملات الإعلامية عبر الإنترنت. ب٢- معرفة الهيكل التنظيمي للحملات الإعلامية عبر الإنترنت. ب٣- قدرة الطالب على إدراك وفهم مقومات نجاح وفشل الحملات الإعلامية عبر الإنترنت. ب٤- قدرة الطالب على التخطيط للحملات الإعلامية عبر الإنترنت.</p>		ب- المهارات الذهنية

<p>ج ١- تكليف الطالب بعمل حملة إعلامية في أي وسيلة إلكترونية.</p> <p>ج ٢- قدرة الطالب تقييم الحملات الإعلامية الموجودة على الإنترنت.</p> <p>ج ٣- أن يستطيع الطالب التفرقة بين الحملات في وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية.</p>	<p>ج- المهارات المهنية الخاصة بالمقرر</p>
<p>د ١- أن يستخدم الطالب مهارات الحاسب الآلي في تصميم حملة إعلامية.</p> <p>د ٢- أن يتقن مهارة توظيف الوسائط المتعددة في الحملات الإعلامية.</p> <p>د ٣- أن يدرك كيفية صياغة الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام المختلفة.</p> <p>د ٤- أن يستخدم الإنترنت في دراسة نماذج حملات إعلامية واقعية.</p>	<p>د- المهارات العامة</p>
<p>١- الحملات الإعلامية، المفهوم والخصائص وكيفية التخطيط.</p> <p>٢- مواقع التواصل الاجتماعي والحملات الإعلامية.</p> <p>٣- توظيف الحملات الإعلامية للوسائط المتعددة في الإعلام الجديد.</p> <p>٤- حملات العلاقات العامة عبر الإعلام الجديد.</p>	<p>٤- محتوى المقرر</p>
<p>٥-١- المحاضرات النظرية.</p> <p>٥-٢- حلقات النقاش العلمي.</p> <p>٥-٣- ورش عمل.</p> <p>٥-٤- تطبيقات عملية.</p>	<p>٥- أساليب التعليم والتعلم</p>
<p>عمل محاضرات وورش عمل وحلقات نقاش بشكل مكثف</p>	<p>٥- أساليب التعليم والتعلم للطلاب ذوي القدرات المحدودة</p>
<p>٧- تقويم الطلاب:</p>	
<p>استمارة تقييم للطلاب.</p>	<p>أ- الأساليب المستخدمة</p>
<p>قبل امتحانات نهاية الترم.</p>	<p>ب- التوقيت</p>
<p>على حسب نوعية الاسئلة.</p>	<p>ج- توزيع الدرجات</p>

٨ - قائمة الكتب الدراسية والمراجع:	
أ- مذكرات	هي مذكرة أعدها مدرس المادة على هيئة كتاب معتمد من القسم، وهي موجودة في مركز توزيع الكتاب بالكلية.
ب- كتب ملزمة	١- حنان أحمد سليم. (٢٠١٦). الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد. الرياض: مكتبة الشقري. ٢- محمد عبدالحميد. (٢٠٠٧). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة: عالم الكتب.
ج- كتب مقترحة	١- خالد وليد محمود. (٢٠١١). شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغير في العالم العربي، بيروت: دار مدارك. ٢- فزادري حياة. (٢٠٠٥). المراحل العلمية لإعداد حملة إعلامية، الجزائر: دار هومة.
د- دوريات علمية أو نشرات ... الخ	مجلة بحوث الإعلام ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام Mass Communication Journal Journalism Quarterly Mass Media Journal

أستاذ المادة:

د/ شيماء عبدالعاطي سعيد

رئيس مجلس القسم العلمي:

أ.م.د/ محمد محفوظ