

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

الميدان: علوم إنسانية الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: السمععي البصري
السداسي: الثالث السنة الجامعية: 2019/2018

التعرف على المادة التعليمية

العنوان: الحملات الإعلامية
وحدة التعليم: وحدة التعليم الأساسية
عدد الأرصدة: 5 المعامل: 02
الحجم الساعي الأسبوعي: 3 سا
المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1 سا و 30 د
أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1 سا و 30 د
أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : /
.....

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة: كريمة عرامة استاذ محاضر "أ"
تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : لا يوجد
البريد الالكتروني: k.arama@yahoo.com
رقم الهاتف: 0770942173
توقيت الدرس ومكانه: الأربعاء...القاعة ج 16

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

أن يكون الطالب ملما بمبادئ الاتصال عموما و الاتصال الاجتماعي بوجه خاص.

الهدف العام للمادة التعليمية :

اكتساب مهارات كيفية تصميم حملة إعلامية في إطار الاتصال الاجتماعي و فهم مختلف الاستراتيجيات الاتصالية والإقناعية (الحجاجية) التي تقوم عليها الحملة الإعلامية.

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها) : (من 3 إلى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

- تدريب الطالب على التخطيط للحملات الإعلامية (وبالأخص اختيار الإستراتيجية المناسبة، وضع الأهداف والجدولة وتحديد الميزانية)
- تمكين الطالب من مهارات تنفيذ الحملات الإعلامية (تحديد الرسالة واختيار الوسيلة والتعامل مع الجماهير).
- تمكين الطالب من مهارات تقييم ومتابعة الحملات الإعلامية.

محتوى المادة التعليمية

1. مبادئ و أسس الاتصال الاجتماعي
2. أنواع الاتصال الاجتماعي
3. تنظيم الاتصال الاجتماعي للمنفعة العامة
4. القرارات العمومية و الاتصال مع المواطن
5. الحملة الإعلامية كتقنية للاتصال الاجتماعي
6. خطوات و إستراتيجية تصميم الحملة الإعلامية
7. أشكال و وسائل الحملة الإعلامية.
8. تقييم أداء الحملة الإعلامية
9. مراحل بناء حملة الاتصال العمومي.

طرق التقييم

من خلال امتحان تدريبي. (أي أن تكون طبيعة امتحان المحاضرة والتطبيق كلاهما تدريبيين)

طبيعة الامتحان	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	50%
امتحان جزئي	
أعمال موجهة	50%
أعمال تطبيقية	/
المشروع الفردي	/
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	/
خرجات ميدانية	
المواظبة (الحضور / الغياب)	
عناصر أخرى (يتم تحديدها)	
المجموع	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
التسويق الاجتماعي و تخطيط الحملات الاعلامية	فؤادة عبد المنعم البكري	عالم الكتب 2008

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
التسويق الاجتماعي :الأخضر والبيئي.	إبراهيم عبيدات محمد	دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004
الإقناع الاجتماعي، خلفيته النظرية وآلياته العملية	عامر مصباح:	ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
سيكولوجية الاتصال والإعلام: أصوله ومبادئه،	عبد الفتاح محمد دويدار	دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2004.
- La communication publique	Zémor, Pierre.	Paris : PUF, 2008.
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة
- La communication publique en pratique		(Paris : Impr. Jouve 1994)

المخطط الزمني المرتقب

التاريخ	محتوى الدرس	الأسبوع
2018/09/19	تقديم فكرة عن المقياس، الوحدة، الأهداف، المعامل، الأرصادة، تقديم البرنامج.	الأسبوع الأول
2018/09/26	مدخل مفاهيمي: مفهوم الاتصال الاقناعي، والاتصال الاجتماعي	الأسبوع الثاني
2018/10/03	مبادئ و أسس الاتصال الاجتماعي	الأسبوع الثالث
2018/10/10	أنواع الاتصال الاجتماعي	الأسبوع الرابع
2018/10/17	تنظيم الاتصال الاجتماعي للمنفعة العامة	الأسبوع الخامس
2018/10/24	القرارات العمومية و الاتصال مع المواطن	الأسبوع السادس
2018/10/31	الحملة الإعلامية كتقنية للاتصال الاجتماعي	الأسبوع السابع
2018/11/07	خطوات و إستراتيجية تصميم الحملة الإعلامية(1)	الاسبوع الثامن
2018/11/14	خطوات و إستراتيجية تصميم الحملة الإعلامية(2)	الاسبوع التاسع
2018/11/21	أشكال الحملة الإعلامية.	الاسبوع العاشر
2018/12/28	وسائل الحملة الإعلامية	الأسبوع الحادي عشر
2018/12/05	تقييم ومتابعة أداء الحملة الإعلامية(1)	الأسبوع الثاني عشر
2018/12/12	تقييم ومتابعة أداء الحملة الإعلامية(2)	الأسبوع الثالث عشر
2018/12/19	مراحل بناء حملة الاتصال العمومي(1)	الأسبوع الرابع عشر
2019/01/09	مراحل بناء حملة الاتصال العمومي(2)	الأسبوع الخامس عشر
؟	امتحان نهاية السداسي	الاسبوع الثالث عشر
؟	الامتحان الاستدراكي	-

قائمة الطلبة الممضين على المنهاج:

الإمضاء	الاسم واللقب	الإمضاء	الاسم واللقب

5