جامعة الملك سعود مفردات المقرر

كلية الآداب الفصل الدراسي: الأول

السنة الدراسية:**1435 -1436 هـ**

معلومات المحاضر:

|  |  |
| --- | --- |
| ريم المطيري | اسم المحاضر |
| (الأثنين من 12 – 1) (الثلاثاء ( 8 – 10) ( الأربعاء 10- 12) (الخميس 8 – 11) | الساعات المكتبية |
| 92 | رقم المكتب |
| ralmotaire@gmail.com | عنوان البريدي الإلكتروني |

معلومات المقرر:

|  |  |
| --- | --- |
| الاتصال الاستراتيجي | اسم المقرر |
| 221 | رقم المقرر |
| تصل | توصيف المقرر |
| يتناول المقرر مبادئ الاتصال الاستراتيجي في النشأة والمفهوم وطرق الاتصال بالجمهور وتفعيل دوره بعدة أشكال من الاتصال . استراتيجيات التعليم (التدريس) المطلوب استخدامها لتطوير تلك المعرفة  ا- *محاضرات نظرية الطالب يتم فيها التعريف بالمعلومات الأساسية في المقرر.*  *ب- تكليف الطلاب* بأعمال إضافية تتعلق بالمقرر.  ج- المناقشة الجماعية . | نواتج التعلم (المنصوص عليها في توصيف المقرر) |
| **الاتصالات التسويقية والترويج د. ثامر البكري** | **الكتب الرئيسية** |
| **التسويق الفعال د. طلعت أسعد عبد الحميد** | **المراجع التكميلية (إن وجد)** |

طرق التقييم:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| تاريخ التغذية الراجعة  (تزويد الطالبات بالنتيجة)\* | تاريخ التقييم | تقسيم الدرجات | النوع |
| 5-9 -11 | الأسبوع 4- 8 - 10 | 25 | الواجبات |
| 7 | ( 26/12) | 15 | اختبارات قصيرة |
| 11 | 24/ 1 | 15 | اختبارات فصلية |
| 40 | | | اختبار نهائي |
| تنبيهات: لا يعاد الاختبار الا بتقرير طبي مع موافقة القسم + لا يقبل الواجب بعد الموعد المحد د لأي عذر كان  على مشاركة الطالبة ونقاشاتها داخل قاعة المحاضرة 5 درجات. | | | |

**\*التأكيد على ضرورة حصول الطالبات على 80% من درجات الأعمال الفصلية قبل تاريخ الاعتذار.**

الخطة الأسبوعية:

|  |  |
| --- | --- |
| العـنـوان | الأسبوع |
| تعريف بالمقرر ومفرداته | 1 |
| مبادئ الاتصال الاستراتيجي المفهوم – الاتصالات الشخصية | 2 |
| الاتصالات في منظمة الأعمال – الاتصالات الداخلية – الاتصالات الرسمية | 3 |
| الاتصالالت الخارجية – حاجة المنظات للاتصال | 5 |
| اختبار | 6 |
| النشأة وطرق الاتصال بالجمهور وتفعيل دورة بعدة أشكال | 7 |
| الاتصالات التسويقية المفهوم الأهداف | 8 |
| الأخلاق والاتصالات التسويقية | 9 |
| اختبار | 10 |
| أنواع الاتصال الاستراتيجي 1- الإعلان( المفهوم – الأنواع – الأهداف- الوسيلة | 11 |
| العلاقات العامة( التعريف – الأهداف – المهام- الوسائل | 12 |
| التسويق المباشر( التعريف – الأهداف- الأدوات- | 13 |
| التسويق الالكتروني للسلع والأفكار في بيئة اتصال عالمية | 14 |
| عرض نماذج تسويقية | 15 |
| أسبوع المراجعة | |

القـوانـيـن **:**

* لا يسمح للطالبة بالدخول للقاعة بعد مضي 10 دقائق من بدءها إلا بعذر تقتنع به أستاذة المقرر.
* لا يقبل التكليف بعد الوقت المحدد لاستلامة.
* في حال السرقة الأدبية تلغى درجة التكليف.
* درجة المشاركة لن تحصل عليها إلا من كانت فعالة في نقاشاتها البناءة داخل القاعة.
* البريد الألكتروني هو الوسيلة المعتمدة للتواصل مع الأستاذة.
* لن يصحح أي تكليف لا يتضمن اسم الطالبة ورقمها الجامعي.