



تقرير مقرر دراسي

لعام 2016 / 2017

قسم: الاعلام التربوي

أ - معلومات أساسية :-

1	اسم المقرر	العلاقات العامة والإعلان
2	التخصص	الإعلام التربوي
3	الفرقة /المستوي	الأولى
4	عدد الوحدات /الساعات المعتمدة	(2) نظري (2) + عملي
5	النظام المتبع لاختيار لجنة الامتحانات	أستاذ المادة بالإضافة إلى 3 أعضاء أقرب للتخصص
6	نظام المراجعة الخارجية للامتحان	(√) متوفر () غير متوفر
7	عدد القائمين بالتدريس	عضو واحد

ب - معلومات متخصصة:-

1- الإحصائيات:-	
31	- عدد الطلاب الملتحقين بالمقرر
24	- عدد الطلاب الذين أدوا الامتحان
عدد (24) ناجح بنسبة (100%) عدد (0) راسب بنسبة (0.00%)	- نتيجة الامتحان
(54.16%) ممتاز (20.8%) جيد (16,66%) جيد جداً (8.3%) مقبول	- النسبة المئوية % للناجحين طبقاً للتقديرات الحاصلين عليها
2- تدريس المقرر:-	

<ul style="list-style-type: none">• مفهوم العلاقات العامة ونشأتها وتطورها - أهدافها - أهميتها .• فلسفة العلاقات العامة - وظائف العلاقات العامة - مبادئ العلاقات العامة المتعلقة بممارسة النشاط - أخصائي العلاقات العامة.• مقارنة بين العلاقات العامة والنشاطات الأخرى .• الاتصال ووسائله في العلاقات العامة.• تنظيم وتخطيط العلاقات العامة.• مفهوم الإعلان - أنواع الإعلان -وظائف الاعلان -اهمية الاعلان وفوائده -الاعلان والانشطة الاتصالية الاخرى - التعرض لوسائل الاتصال الإعلاني• التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للإعلان -ضوابط صناعة الإعلانات في مصر وعالمياً.• ماهية وأنواع إعلان المسؤولية الاجتماعية• مفهوم التسويق المباشر -أساليب التسويق المباشر -مزايا وعيوب التسويق المباشر عبر التلفزيون -الاعتبارات الواجب مراعاتها في التسويق المباشر عبر التلفزيون.	-الموضوعات التي تم تدريسها
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • صيغ تقديم إعلان التسويق المباشر التلفزيونى - الأثار الايجابية والسلبية لإعلانات التسويق المباشر - أثر إعلانات التسويق المباشر على مراحل اتخاذ قرار الشراء - أنواع الاستمالات الإعلانية. • تعريف التسويق السياسى - أهميته - أهدافه - وظائفه - عناصر عملية التسويق السياسى. • أساليب وإستراتيجيات التسويق السياسى - قواعد التسويق السياسى - أنماط التسويق السياسى وأدواته. • بحوث تطبيقية فى مجال العلاقات العامة والإعلان. 			
95%	-النسبة المئوية %لما تم تدريسه من المحتوي الأساسي للمقرر		
() <60 () 60-84 (√) >85	-مدي التزام القائمين بالتدريس بمحتوي المقرر		
() <60 () 60-84 (√) >85	-مدي تغطية الامتحان لموضوعات المقرر		
(√) محاضرات نظرية (√) تدريب عملي () دراسة حالة (√) أنشطة فصلية	-أساليب التعليم والتعلم		
() شفوي (√) نظري (√) أعمال فصلية (√) عملي	-طريقة تقويم الطلاب		
3-الإمكانات المتاحة للتدريس:-			
(√) متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-المراجع العلمية		
(√) متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-الوسائل المعينة		
() متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-المستلزمات والخامات		
	-4قيود إدارية وتنظيمية :-		
95%	-5نتيجة تقويم الطلاب للمقرر :-		
<ul style="list-style-type: none"> • عمل زيارات ميدانية للهيئات والمصالح الحكومية • عمل حملات توعية وارشادية للمواطنين فى أجهزة الدولة المختلفة 	-6مقترحات تحسين المقرر :-		
	-7ملاحظات المراجعين الخارجيين		
- عمل زيارات ميدانية للهيئات والمصالح الحكومية	-8 ما تم تنفيذه من مقترحات التطوير في العام السابق		
<ul style="list-style-type: none"> • عمل حملات توعية وارشاد للمواطنين فى أجهزة الدولة المختلفة 	-9 ما لم يتم تنفيذه من مقترحات التطوير في العام السابق		
10-خطة التطوير للمقرر للعام القادم :-			
المسئول عن التنفيذ	توقيت التطوير	توصيف التطوير	مجالات التطوير

-إدارة الكلية	-الفصل الدراسي الثاني من كل عام لطلاب المرحلة	-يقسم الطلاب إلى مجموعات تمثل زيارات ميدانية إلى المجالس المحلية بالأماكن المجاورة لهم وزيارات ميدانية لأقسام الشرطة والمستشفيات وغيرها من الهيئات لتنفيذ حملات إعلامية وإعلانية بغرض الاستفادة من التطبيق العملي لهذه الهيئات والمؤسسات والاستفادة من جهاز العلاقات العامة ودوره في تطوير المؤسسة.	-تطبيق ميداني لطلاب المرحلة في إدارات العلاقات العامة بالمجالس المحلية والهيئات الحكومية وغير الحكومية للاستفادة من التطبيقات العملية لحملات التوعية والحملات الدعائية والإعلانية
---------------	-----------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

استاذ المادة : د /مريهان منصور ابو سنه رئيسة القسم العلمي :أ.د /هناء السيد

التاريخ :

التوقيع :



تقرير مقرر دراسي

لعام 2018/2017

قسم: الاعلام التربوي

أ - معلومات أساسية :-

اسم المقرر	1
التخصص	2
الإعلام التربوي	
الفرقة /المستوي	3
الأولى	
عدد الوحدات /الساعات المعتمدة	4
(2)نظري (2) + عملي	
النظام المتبع لاختيار لجنة الامتحانات	5
أستاذ المادة بالإضافة إلى 3 أعضاء أقرب للتخصص	
نظام المراجعة الخارجية للامتحان	6
(√)متوفر () غير متوفر	
عدد القائمين بالتدريس	7
عضو واحد	

ب - معلومات متخصصة:-

1 - الإحصائيات:	
عدد الطلاب الملتحقين بالمقرر	19
عدد الطلاب الذين أدوا الامتحان	12
نتيجة الامتحان	عدد (12) ناجح بنسبة (100%) عدد (0) راسب بنسبة (0.00%)
النسبة المئوية % للناجحين طبقاً للتقديرات الحاصلين عليها	(16.66%) ممتاز (8.33%) جيد جداً (0%) جيد (75%) مقبول
2 - تدريس المقرر:-	
الموضوعات التي تم تدريسها	<ul style="list-style-type: none">• مفهوم العلاقات العامة ونشأتها وتطورها - أهدافها - أهميتها .• فلسفة العلاقات العامة - وظائف العلاقات العامة - مبادئ العلاقات العامة المتعلقة بممارسة النشاط - أخصائي العلاقات العامة.• مقارنة بين العلاقات العامة والنشاطات الأخرى .• الاتصال ووسائله في العلاقات العامة.• تنظيم وتخطيط العلاقات العامة.• مفهوم الإعلان - أنواع الإعلان - وظائف الاعلان - اهمية الاعلان وفوائده - الاعلان والانشطة الاتصالية الاخرى - التعرض لوسائل الاتصال الاعلاني• التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للإعلان - ضوابط صناعة الإعلانات في مصر وعالمياً.• ماهية وأنواع إعلان المسؤولية الاجتماعية• مفهوم التسويق المباشر - أساليب التسويق المباشر - مزايا وعيوب التسويق المباشر عبر التلفزيون• الاعتبارات الواجب مراعاتها في التسويق المباشر عبر التلفزيون.• صيغ تقديم إعلان التسويق المباشر التلفزيوني - الآثار الايجابية والسلبية لإعلانات التسويق المباشر - أثر إعلانات التسويق المباشر على مراحل اتخاذ قرار الشراء - أنواع

<p>الاستمالات الإعلانية.</p> <ul style="list-style-type: none"> • تعريف التسويق السياسي -أهميته -أهدافه -وظائفه -عناصر عملية التسويق السياسي. • أساليب وإستراتيجيات التسويق السياسي -قواعد التسويق السياسي -أنماط التسويق السياسي وأدواته. • بحوث تطبيقية فى مجال العلاقات العامة والإعلان. 	
95%	-النسبة المئوية %لما تم تدريسه من المحتوي الأساسي للمقرر
() <60 () 60-84 (√) >85	-مدي التزام القائمين بالتدريس بمحتوي المقرر
() <60 () 60-84 (√) >85	-مدي تغطية الامتحان لموضوعات المقرر
(√) محاضرات نظرية (√) تدريب عملي () دراسة حالة (√) أنشطة فصلية	-أساليب التعليم والتعلم
(√) نظري () شفوي (√) أعمال فصلية (√) عملي	-طريقة تقويم الطلاب
3-الإمكانات المتاحة للتدريس:-	
(√) متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-المراجع العلمية
(√) متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-الوسائل المعينة
() متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-المستلزمات والخامات
	-4قيود إدارية وتنظيمية :-
95%	-5نتيجة تقويم الطلاب للمقرر :-
- تطبيق ميدانى لطلاب المرحلة فى إدارات العلاقات العامة بالمجالس المحلية والهيئات الحكومية وغير الحكومية للاستفادة من التطبيقات العملية لحملة التوعية والحملات الدعائية والإعلانية . - تطبيق طلاب المرحلة حملات إعلامية توعوية داخل الكلية فيما يتعلق باهتمامات شرائح الجمهور المختلفة سواء طلاب أو جهاز إدارى أو أعضاء هيئة التدريس	-6مقترحات تحسين المقرر :-
	-7ملاحظات المراجعين الخارجيين
- تطبيق طلاب المرحلة حملات إعلامية توعوية داخل الكلية فيما يتعلق باهتمامات شرائح الجمهور المختلفة سواء طلاب أو جهاز إدارى أو أعضاء هيئة التدريس	-8ما تم تنفيذه من مقترحات التطوير في العام السابق
-تطبيق ميدانى لطلاب المرحلة فى إدارات العلاقات العامة بالمجالس المحلية والهيئات الحكومية وغير الحكومية للاستفادة من	-9ما لم يتم تنفيذه من مقترحات

التطبيقات العملية لحملة التوعية والحملات الدعائية والإعلانية			
10- خطة التطوير للمقرر للعام القادم :-			
المسئول عن التنفيذ	توقيت التطوير	توصيف التطوير	مجالات التطوير
إدارة الكلية بالتعاون مع أستاذ المادة وطلاب المرحلة .	-الفصل الدراسي الثاني من كل عام لطلاب المرحلة	يكون الطلاب قاعدة بيانات عن الشريحة المختارة ومعرفة كل ما يتعلق بها من لوائح منظمة للعمل . ووضع برنامج علاقات عامة لخلق قناة اتصال بين الكلية وبين تلك الشريحة. وتنفيذ ذلك البرنامج إن أمكن .	-تخطيط طلاب المرحلة برامج للعلاقات العامة الخاصة بإحدى شرايح الكلية. تنفيذ البرنامج وتطبيقه على الشريحة المتفق عليها بين الطلاب .

استاذ المادة :د /مريهان منصور أبوسنة مشرف القسم العلمى :أ د /حنان حسنى يشار

التاريخ:

التوقيع :



تقرير مقرر دراسي
العام الجامعي
2019/2018

قسم : الاعلام التربوي

أ - معلومات أساسية :-

1	اسم المقرر	دراسات في العلاقات العامة والإعلان
2	التخصص	الإعلام التربوي
3	الفرقة /المستوي	الأولى
4	عدد الوحدات /الساعات المعتمدة	(2) نظري (2) + عملي
5	النظام المتبع لاختيار لجنة الامتحانات	أستاذ المادة بالإضافة إلى 3 أعضاء أقرب للتخصص
6	نظام المراجعة الخارجية للامتحان	(√) متوفر () غير متوفر
7	عدد القائمين بالتدريس	عضو واحد

ب - معلومات متخصصة :-

1 - الإحصائيات :-	
17	- عدد الطلاب الملتحقين بالمقرر
12	- عدد الطلاب الذين أدوا الامتحان
عدد (12) ناجح بنسبة (100%) عدد (0) راسب بنسبة (0%)	- نتيجة الامتحان
(33.3%) ممتاز (50.0%) جيد جداً (8.3%) جيد (8.3%) مقبول	- النسبة المئوية % للناجحين طبقاً للتقديرات الحاصلين عليها
2 - تدريس المقرر :-	
<ul style="list-style-type: none">مفهوم العلاقات العامة ونشأتها وتطورها - أهدافها - أهميتها .فلسفة العلاقات العامة - وظائف العلاقات العامة - مبادئ العلاقات العامة المتعلقة بممارسة النشاط - أخصائي العلاقات العامة.مقارنة بين العلاقات العامة والنشاطات الأخرى .الاتصال ووسائله في العلاقات العامة.تنظيم وتخطيط العلاقات العامة.مفهوم الإعلان - أنواع الإعلان - وظائف الاعلان - اهمية الاعلان وفوائده - الاعلان والانشطة الاتصالية الاخرى - التعرض لوسائل الاتصال الاعلانيالتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للإعلان - ضوابط صناعة الإعلانات في مصر وعالمياً.ماهية وأنواع إعلان المسؤولية الاجتماعيةأسس إعلان المسؤولية الاجتماعيةمفهوم التسويق المباشر - أساليب التسويق المباشر - مزايا وعيوب التسويق المباشر عبر التلفزيون - الاعتبارات الواجب مراعاتها في التسويق المباشر عبر التلفزيون.صيغ تقديم إعلان التسويق المباشر التلفزيوني - الآثار الايجابية والسلبية لإعلانات التسويق المباشر - أثر إعلانات التسويق المباشر على مراحل اتخاذ قرار الشراء - أنواع الاستمالات الاعلانية.تعريف التسويق السياسي - أهميته - أهدافه - وظائفه - عناصر عملية التسويق السياسي.	- الموضوعات التي تم تدريسها

<ul style="list-style-type: none"> • أساليب وإستراتيجيات التسويق السياسي -قواعد التسويق السياسي -أنماط التسويق السياسي وأدواته. • بحوث تطبيقية فى مجال العلاقات العامة والإعلان • . 			
95%	-النسبة المئوية %لما تم تدريسه من المحتوى الأساسي للمقرر		
() <60 () 60-84 (√) >85	-مدي التزام القائمين بالتدريس بمحتوي المقرر		
() <60 () 60-84 (√) >85	-مدي تغطية الامتحان لموضوعات المقرر		
(√) (√) محاضرات نظرية (√) تدريب عملي () دراسة حالة (√) أنشطة فصلية	-أساليب التعليم والتعلم		
() شفوي (√) نظري (√) أعمال فصلية (√) عملي	-طريقة تقويم الطلاب		
3-الإمكانات المتاحة للتدريس:-			
(√) متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-المراجع العلمية		
(√) متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-الوسائل المعينة		
() متوافرة () متوافرة بدرجة محدودة () غير متوافرة	-المستلزمات والخامات		
	-4قيود إدارية وتنظيمية :-		
95%	-5نتيجة تقويم الطلاب للمقرر :-		
تخطيط طلاب المرحلة برامج للعلاقات العامة الخاصة بإحدى شرائح الكلية. تنفيذ البرنامج وتطبيقه على الشريحة المتفق عليها بين الطلاب .	-6مقترحات تحسين المقرر :-		
	-7ملاحظات المراجعين الخارجيين		
تم تنفيذ حملة توعوية عن الإحتباس الحرارى والنتائج المترتبة عليه وذلك لشريحة الطلاب بالكلية.	-8ما تم تنفيذه من مقترحات التطوير في العام السابق		
-	-9ما لم يتم تنفيذه من مقترحات		
10-خطة التطوير للمقرر للعام القادم :-			
المسئول عن التنفيذ	توقيت التطوير	توصيف التطوير	مجالات التطوير
إدارة الكلية بالتعاون مع أستاذ المادة وطلاب المرحلة .	-الفصل الدراسى الثانى من كل عام لطلاب المرحلة	يكون الطلاب قاعدة بيانات عن القضية المختارة ومعرفة كل ما يتعلق بها .ووضع برنامج علاقات عامة لخلق قناة اتصال بين الكلية وبين المجتمع وتنفيذ ذلك البرنامج إن أمكن .	تخطيط طلاب المرحلة برامج للعلاقات العامة الخاصة بإحدى قضايا ومشكلات المجتمع

التاريخ :

التوقيع :