


Petra University		جامعة البترا
Faculty of Administrative And Financial Sciences		كلية العلوم الإدارية والمالية
Marketing Department		قسم التسويق
Year:	السنة الدراسية:	Term:
		الفصل الدراسي:
Syllabus خطة المقرر		

Course Title	التسويق الاعلامي	اسم المقرر
Course Number	306427	رقم المقرر
Prerequisite Course	السنة الرابعة	المتطلب السابق

Course Objectives	أهداف وغايات المقرر
<p>يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. تعريف الطالب بدور وسائل الاعلام المختلفة خاصة في عالم الفضاءات المفتوحة . 2. تزويد الطالب بالمعلومات التي تمكنه من ادراك الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في التأثير على الافراد وقناعاتهم. 3. تزويد الطالب بالمعلومات التي تمكنه من التعرف على كيفية وخطوات التسويق الاعلامي باعتبار ان كل وسيلة اعلام لها هدف تسعى الى تحقيقه. 4. تزويد الطالب بالمعلومات التي تمكنه من التعرف على كيفية التعامل مع السوق المستهدف الاعلامي وكيفية تشكيل المزيج التسويقي المناسب للوسية الاعلامية. 5. تعريف الطالب باساسيات وضع استراتيجيات التسويق الاعلامي وادارة الحملات الاعلامية :تخطيطها وتنفيذها وتقييمها. 	

Learning Outcomes (knowledge and skills)	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
<p>بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادرا على:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. إكساب الطالب مهارات وضع خطط واستراتيجيات فاعلة للتأثير على الافراد والمتلقين للوسيلة الاعلامية بما يخدم اهدافها. 2. فهم وتحليل دوافع سلوك الافراد وكيفية تبنيهم للافكار المستحدثة. 3. قدرته على تحليل واختيار الاستراتيجية الاعلامية المناسبة بما تتناسب مع الجمهور المستهدف. 4. ايصال الطالب الى مهارة متقدمة في العمل في المؤسسات الاعلامية بخلفية علمية مقتردة. 5. تمكين الطالب من وضع الخطط التفصيلية للحملات الاعلامية للوصول الى نجاح الوسيلة الاعلامية. 6. التمكن من التعامل مع الانترنت والاستفادة منه في التسويق الاعلامي. 	

Course content محتوى المقرر		
Week	الأسبوع	
1 st week	<p>الفصل الاول :مقدمة عامة الاعلام وعملية الاتصال</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. المفهوم والابعاد 2. الاتصال 3. وسائل الاتصال 4. مستويات وخصائص الاتصال 	
2 nd week	<p>الفصل الثاني : مدخل تمهيدي في التسويق الاعلامي</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. مفهوم التسويق لعام 2007 2. النطاق الواسع للتسويق: 3. تسويق الخدمة 4. تسويق المنظمات 5. تسويق الفرد 6. تسويق الموقع/المكان 7. التسويق الاجتماعي 	
3 rd week	<p>استكمال الفصل الثاني</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. مفهوم التسويق الاعلامي 2. المزيج التسويقي الواسع للتسويق الاعلامي 3. اجراءات التسويق الاعلامي 4. المستفيد من التسويق الاعلامي 	
4 th week	<p>الفصل الثالث : التخطيط الاستراتيجي للتسويق الاعلامي</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. المضامين الاساسية للتخطيط الاستراتيجي للتسويق الاعلامي 2. خطوات التخطيط الاستراتيجي للتسويق الاعلامي 3. مستويات التخطيط الاستراتيجي للتسويق الاعلامي 4. خطوات عملية التخطيط الاستراتيجي الاعلامي 	
5 th week	<p>الفصل الرابع : بيئة التسويق الاعلامي</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. بيئة التسويق الاعلامي: 2. مفهوم وابعاد البيئة الاعلامية 3. مكونات البيئة التسويقية الاعلامية 	
6 th week	<p>الى هنا الامتحان الاولالفصول الاربعة الاولى..... اسئلة مقالية</p>	
7 th week	<p>الفصل الخامس : السوق الاعلامية المستهدفة</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. السوق الاعلامية : المفهوم والمضامين 2. تقسيم السوق الاعلامية 3. السوق الاعلامية المستهدفة واستراتيجيات التعامل معها 	
8 th week	<p>الفصل السادس : استراتيجيات التسويق الاعلامي</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. الخيارات الاستراتيجية الرئيسة للمنظمة الاعلامية 2. خطوات تحديد الخيار الاستراتيجي الاعلامي 	

	3. أنواع الخيارات الاستراتيجية الاعلامية المتاحة	
9 th week	استكمال الفصل السادس : استراتيجيات التسويق الاعلامي 1. انواع استراتيجيات التسويق الاعلامي 2. تقييم الاستراتيجيات التسويقية الاعلامية	الأسبوع التاسع
10 th week	الفصل السابع : المكونات السلوكية للأفراد 1. المكونات النفسية لسلوك الافراد 2. مخرجات نظام سلوك الافراد	الأسبوع العاشر
11 th week	الفصل الثامن : تبني الافكار المستحدثة/الجديدة 1. مفهوم الافكار المستحدثة 2. صفات الافكار المستحدثة التي تؤثر على معدل التبني لها 3. مراحل عملية تبني الافكار المستحدثة 4. دور المروج او عامل التغيير	الأسبوع الحادي عشر
12 th week	الفصل التاسع : نظام المعلومات للتسويق الاعلامي 1. نظام المعلومات التسويقي الاعلامي 2. المقومات الاساسية لنظام المعلومات التسويقية الاعلامية 3. بحوث التسويق والاتصال والانتشار	الأسبوع الثاني عشر
13 th week	الى هنا الاختبار الثاني : الخمس فصول السابقة	الأسبوع الثالث عشر
14 th week	الفصل العاشر : المزيج التسويقي الاعلامي 1. المنتج الاعلامي : المنتج الاعلامي : مفهومه ومقوماته الاساسية 2. التمييز في جودة المنتجات الاعلامية 3. تطوير الخدمات والمنتجات الاعلامية 4. تسعير المنتج الاعلامي العوامل المؤثرة على قرارات تسعير المنتج الاعلامي 1. طرق تحديد اسعار المنتجات الاعلامية	الأسبوع الرابع عشر
15 th week	استكمال الفصل العاشر : المزيج التسويقي الاعلامي 1. التوصيل/التوزيع 2. استراتيجية توصيل او توزيع المنتجات الاعلامية 3. التعزيز (الترويج) 4. الافناع الاعلامي 5. الانواع الاساسية لاستراتيجية التعزيز	الأسبوع الخامس عشر
16 th week	الفصل الحادي عشر : ادارة التسويق الاعلامي 1. طبيعة النشاط التسويقي الاعلامي 2. مفهوم ادارة التسويق الاعلامي 3. وظائف ادارة التسويق الاعلامي 4. ادارة الحملات الاعلامية	الأسبوع السادس عشر

Teaching and Learning Methods أساليب التدريس		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides		2- الشفائيات
3- Practical Exercises		3- التطبيقات العملية
4- Field Visits		4- الزيارات الميدانية
5- Research	Yes	5- البحوث
6- Others		6- أخرى
Assessment Tools وسائل التقييم:		
Examinations		الاختبارات
First Exam	20%	الاختبار الأول
Second Exam.	20%	الاختبار الثاني
Final Exam.	50%	الاختبار النهائي
Homework and participation.	10%	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Textbook and Supporting Material المرجع الأساسي والمراجع الإضافية		
1- Text Book المرجع الأساسي الموصى به		
Authors:	محمد الصميدعي، وردية عثمان	المؤلف
Title:	التسويق الاعلامي: المبادئ والاستراتيجيات	عنوان الكتاب
Editor:	دار المناهج	الناشر
Year of Edition:	2003	سنة النشر
2- Other Books مراجع أخرى		
Authors:		المؤلف
Title:		عنوان الكتاب
Editor:		الناشر
Year of Edition:		سنة النشر
3- Research Journal المجلات العلمية		

Important Dates: تواريخ هامة:		
Evaluation Method & Scheme		نوع التقييم
First Exam.	الاسبوع السادس	الاختبار الأول
Second Exam.	الاسبوع الثاني عشر	الاختبار الثاني
Final Exam.	في نهاية الفصل	الاختبار النهائي
Homework and participation	تحدد في حينها	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Instructor عضو هيئة التدريس

Name:		الاسم:
Office Number and Telephone:		رقم المكتب والهاتف:
E- mail:		البريد الإلكتروني:
Office Hours:		الساعات المكتبية:

<p>1. يلتزم الطالب بحضور كافة المحاضرات وحسب الجدول الدراسي ويسمح له بالغياب بعذر أو بدون عذر بما لا يزيد عن (7) ساعات. إن أي تجاوز للنسبة المسموح بها للغياب سيعرض الطالب للحرمان وتعطى له علامة (FA) في حال عدم توفر عذر مقبول من قبل المدرس وعمادة الكلية.</p> <p>2. يلتزم الطالب بتقديم الاختبارات والامتحانات وتقارير البحوث وأية مهام صفية أو منزلية يتم تكليفه بها في المواعيد المحددة.</p> <p>3. يستطيع الطالب مراجعة مدرس المقرر خلال الساعات المكتبية للحصول على مساعدة إضافية فيما يتعلق بالمواضيع التي تمت مناقشتها داخل الصف.</p> <p>4. هنالك مراجع رئيسة وثانوية للمقرر على الطالب الرجوع لها لزيادة تحصيله العلمي.</p> <p>5. لتعزيز الجانب المهاري، سيتم عرض ومناقشة حالات دراسية وتمارين مختلفة.</p> <p>6. كوسيلة لمساعدة الطالب، يمكن للطالب الرجوع إلى برنامج التعليم الإلكتروني، علماً بأن الملخصات الموجودة على الموقع لا تغني عن المرجع الرئيسي للمادة.</p>	<p>سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم</p>
--	---