

الإعلام الجديد

إعداد: د. هالة الألفي فوزي

PRL 613
New Media

Lecture 0



Chapter

0

المحاضرة التعريفية



Chapter
0

محتويات المحاضرة

- ❖ ، وتشتمل على:
- ❖ وصف المقرر.
- ❖ أهداف تدريس المادة ونتائج تعلمها.
- ❖ محتويات المقرر.
- ❖ النشاطات والاستراتيجيات التدريسية.

وصف المقرر

Chapter

0

يهدف هذا المساق إلى تناول عددًا من الموضوعات التي تؤهل الدارس لفهم جميع الأمور ذات الصلة بالإعلام الجديد، بداية من النشأة والتطور، وأهم المواقع التي يمكن الاعتماد عليها في مجال العلاقات العامة، إلى جانب التعريف بأحدث تطورات مجال الإعلام والتكنولوجيا الحديثة وكيفية تأثيرها على عمل العلاقات العامة. ويستهدف المقرر كذلك زيادة وعي الدارس بالكيفية التي تستجيب من خلالها العلاقات العامة للتحديات المعاصرة التي تواجه الشركات والمنظمات على المستوى المحلي والدولي. كما يعمل على تطوير مهارات تحليل وتطبيق المفاهيم الرئيسية في المناهج المطروحة في المقرر. بالإضافة إلى ذلك، يتم تشجيع الدارس خلال المقرر على تقديم تطبيقات عملية حول إعداد استراتيجيات النشر، وبناء الحملات الإعلامية بالاعتماد على وسائل الإعلام الجديد. ويتضمن المقرر أيضًا دراسة حالات وأمثلة حول النجاحات والتحديات الراهنة التي تواجه هذا المجال.

أهداف تدريس المادة ونتائج تعلمها

Chapter

0

يتوقع من الطالب بعد الانتهاء من دراسة هذا المساق أن يكون قادراً على تحقيق الأهداف التالية:

1. فهم مختلف وسائل الإعلام الجديد التي يمكن توظيفها في مجال العلاقات العامة.
2. فهم استراتيجيات النشر المختلفة لكل وسيلة من وسائل الإعلام الجديد.
3. توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى خاص بالعلاقات العامة.
4. إدراك مفهوم إدارة الأزمة والخطوات المتبعة في إدارة الأزمة وأساليب توظيف الإعلام الجديد في إدارة الأزمات.
5. القدرة على استخدام مهارات التواصل مع جمهور المؤسسات وتعزيز سمعتها على المستوى المحلي والعالمي.

تابع أهداف تدريس المادة ونتائج تعلمها

Chapter

0

6. اكتساب المهارات المطلوبة للتعبير عن رسالة المؤسسة وأهدافها ومنتجاتها، من خلال التعرف على خطط إنتاج محتوى وبناء الحملات الإعلامية.
7. اكتشاف الأساليب والإجراءات التي تعتبر فعالة بشكل خاص في إنتاج الوسائط المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة.
8. الفهم الشامل لكيفية تصميم الإعلانات وتقنياتها، وذلك لأغراض تسويق المنتجات.
9. تطوير قدرات ومهارات واتجاهات الطلبة في التفكير من خلال التحليل والتركيب والاستقراء والاستنتاج، والتطبيق والتقويم والنقد.
10. تشجيع الدارسين على تطوير مهاراتهم وقدراتهم واتجاهاتهم في الإبداع بما فيه من الابتكار والتجديد.

محتويات المقرر

Chapter



المحاضرة الأولى الإعلام الجديد النشأة والتطور



نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ مفهوم الإعلام الجديد.
- ❖ نبذة عن أدوات الإعلام الجديد التي يمكن توظيفها في مجال العلاقات العامة.
- ❖ الفرق بين توظيف الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
- ❖ الجمهور ما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.
- ❖ الفرق في فلسفة الاستهداف Tracking بين جوجل أناليتكس وميكس بانيل

المحاضرة الثانية

إيجابيات وسلبيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة



نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ الإيجابيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
- ❖ السلبيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
- ❖ روبوتات الدردشة عبر الإعلام الجديد,
- ❖ الفرق بين وسائل الإعلام الجديد من حيث خطط النشر وأساليب ترويج المحتوى واستراتيجيات الاستهداف.
- ❖ دليلك الشامل لبناء استراتيجية تسويقية ناجحة باستخدام نموذج سوستاك (SOSTAC), والتحليل الرباعي سوات (SWOT) وعرض البيع الفريد (USP)

المحاضرة الثالثة الإعلام الجديد وإدارة الأزمات

Chapter

0

نتناول في هذه المحاضرة:

❖ مفهوم الأزمة، والسمات الأساسية للأزمة.

❖ التفرقة بين مفهوم (الحادث- المشكلة- القضية- الكارثة- الأزمة).

❖ العوامل المؤثرة على فهم طبيعة الأزمة.

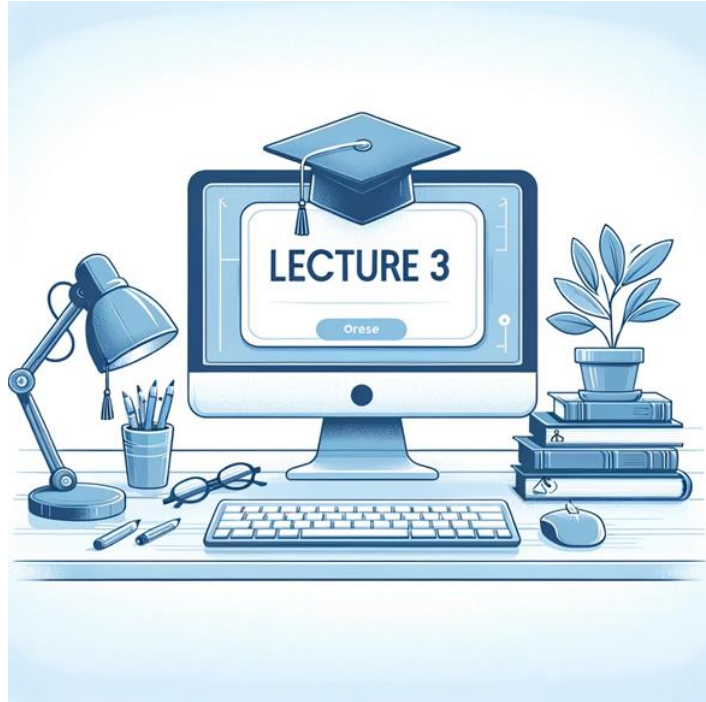
❖ دورة حياة الأزمة.

❖ إدارة القضايا ومواجهة الضغوط.

❖ تخطيط الاتصال ما قبل الأزمة.

❖ الاتصال في مرحلة الأزمة.

❖ الاتصال في مرحلة ما بعد الأزمة.



المحاضرة الرابعة

أهمية التحقق من المحتوى قبل النشر وتجنب الشائعات

Chapter

0

نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ مفهوم الشائعة.
- ❖ خصائص الشائعة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ❖ تأثير الشائعة على أداء المؤسسات والصورة الذهنية الخاصة بها.
- ❖ آليات التصدي للشائعة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ❖ وسائل وأدوات التحقق من الشائعات والمعلومات المضللة.



المحاضرة الخامسة أساليب إنتاج الوسائط المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة بالطرق الحديثة

Chapter

0

نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ مفهوم إنتاج المحتوى.
- ❖ ضوابط إنتاج المحتوى والمصادر التي يمكن من خلالها الحصول على أفكار للمحتوى.
- ❖ إنتاج المحتوى باستخدام برنامج canva.
- ❖ إنتاج المحتوى باستخدام برنامج flourish.
- ❖ إنتاج المحتوى باستخدام برنامج Render Forest.



المحاضرة السادسة أساليب إنتاج الوسائط المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة عبر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

Chapter

0

نتناول في هذه المحاضرة:

❖ التسويق بالمحتوى القصصي

❖ مجالات تحقيق دخل سلبي من تصميمات الذكاء الاصطناعي

- ❖ Video editing tools
- ❖ Photos editing tools
- ❖ Marketing tools
- ❖ Audio tools
- ❖ Engines



المحاضرة السابعة

كيفية تصميم الإعلانات وتقنياتها في مجال تسويق المنتجات

Chapter

0



نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ مفهوم الإعلان.
- ❖ الابتكار في الإعلان.
- ❖ عناصر التصميم.
- ❖ استراتيجية اسكامبر في تصميم الإعلانات.
- ❖ الأدوات التي يمكن توظيفها في إنتاج الإعلانات.

❖ Script Editing Tools

المحاضرة الثامنة

خطوات تصميم حملات إقناعية بالاعتماد على الإعلام الجديد

Chapter

0

نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ أهمية الحملات الإعلامية، وأنواعها.
- ❖ خصائص الرسائل الإقناعية. والاستمالات التي يجب أن تتوفر في بناء الحملات الإقناعية.
- ❖ الخطوات الإجرائية لحملات التوعية الإعلامية.

الخطوة الأولى: تحديد المشكلة.

الخطوة الثانية: تحديد الأهداف والاستراتيجيات.

الخطوة الثالثة: تحديد الجمهور المستهدف (تجزئة الجمهور).

الخطوة الرابعة: تحديد العوامل الأخرى المحيطة.



المحاضرة التاسعة تابع خطوات تصميم حملات إقناعية بالاعتماد على الإعلام الجديد



نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ الخطوة الخامسة: تحديد الوسائل والقنوات الاتصالية
- ❖ الخطوة السادسة: تحديد الرسائل
- ❖ الخطوة السابعة: تحديد الميزانية وكيفية الحصول عليها
- ❖ الخطوة الثامنة: الجدولة والإدارة والتنفيذ
- ❖ الخطوة التاسعة: التقييم (تقييم الأهداف- تقييم البرامج والأنشطة- تقييم الجانب الإعلامي- تقييم الإعلانات).

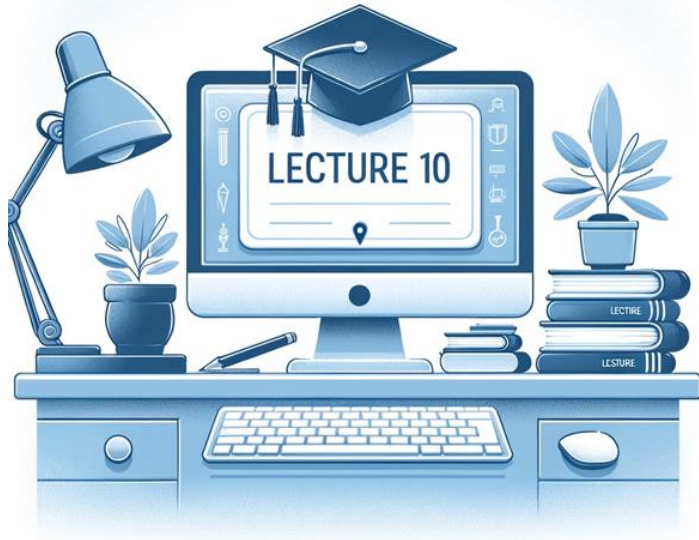
المحاضرة العاشرة الأخلاقيات المهنية للعلاقات العامة

Chapter

0

نتناول في هذه المحاضرة:

- ❖ الأخلاقيات المهنية في العلاقات العامة والإعلام الجديد.
- ❖ الشفافية والمصداقية في الإعلام الجديد.
- ❖ حقوق الملكية الفكرية والمحتوى الرقمي.
- ❖ أخلاقيات الخصوصية والأمان الرقمي.
- ❖ التحديات الأخلاقية في التسويق الرقمي



Chapter

0

الاختبار النهائي

النشاطات والاستراتيجيات التدريسية

Chapter

0

يتم تحقيق نتائج التعلم المستهدفة من خلال النشاطات والاستراتيجيات التدريسية التالية:
المحاضرات.

اختبارات قصيرة.

الامتحان النهائي.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

