



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

الإعلام الجديد

المحاضرة التعريفية

PRL 613

ماجستير العلاقات العامة

Prepared by
Dr. Hala Elalfy Fawzy

www.midocean.ae

وصف المقرر

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



الأهداف ونتائج التعلم:

- 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

الأهداف ونتائج التعلم:

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



المحاضرة الأولى الإعلام الجديد النشأة والتطور

نتناول في هذا الفصل:

- ✓ مفهوم الإعلام الجديد.
- ✓ نبذة عن أدوات الإعلام الجديد التي يمكن توظيفها في مجال العلاقات العامة.
- ✓ الفرق بين وسائل الإعلام الجديد من حيث خطط النشر وأساليب ترويج المحتوى واستراتيجيات الاستهداف.

المحاضرة الثانية إيجابيات وسلبيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة

نتناول في هذا الفصل:

- ✓ الإيجابيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
- ✓ السلبيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
- ✓ الرأي العام وعوامل تكوينه وطرق قياسه من خلال الإعلام الجديد.

المحاضرة الثالثة الإعلام الجديد وإدارة الأزمات

نتناول في هذا الفصل:

- ✓ مفهوم الأزمة.
- ✓ السمات 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

نتناول في هذا الفصل:

- ✓ القيادة 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

نتناول في هذا الفصل:

- ✓ 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

نتناول في هذا الفصل:

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

المحاضرة السابعة كيفية تصميم الإعلانات وتقنياتها في مجال تسويق المنتجات

نتناول في هذا الفصل:

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



Script Editing Tools

المحاضرة الثامنة

خطط النشر ودورها في إدارة سمعة المؤسسة، وتحقيق رؤيتها وأهدافها على المستوى الداخلي والخارجي

نتناول في هذا الفصل:

- ✓ مفهوم إدارة السمعة.
- ✓ أساليب إدارة السمعة.
- ✓ كيف يمكن إدارة السمعة في ضوء رؤية وأهداف المؤسسة.
- ✓ ما هي خطط النشر.
- ✓ ما البرامج التي يمكن توظيفها في جدولة خطط النشر.

المحاضرة التاسعة

خطوات تصميم حملات إقناعية بالاعتماد على الإعلام الجديد

نتناول في هذا الفصل:

- ✓ أهمية الحملات الإعلامية
- ✓ أنواع حملات الإعلامية.
- ✓ خصائص الرسائل الإقناعية.
- ✓ الاستمالات 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 العاشرة

تابع خطوات تصميم حملات إقناعية بالاعتماد على الإعلام الجديد

نتناول في هذا الفصل:

- 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).

الامتحان النهائي

النشاطات والاستراتيجيات التدريسية

- يتم تحقيق نتائج التعلم المستهدفة من خلال النشاطات والاستراتيجيات التدريسية التالية:
- ❖ المحاضرات.
 - ❖ اختبارات قصيرة.
 - ❖ الامتحان النهائي.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

