

## مقياس : حملات الاتصال العمومي (السداسي الخامس/محاضرات)

السنة الثالثة اتصال

المواضيع:

### المحور الأول : مدخل مفاهيمي

- \_ مفهوم الحملة الإعلامية ،
- \_ مفهوم الاتصال العمومي
- \_ المفاهيم المشابهة :الاتصال الاجتماعي، التسويق الاجتماعي ، الحملة الإعلانية والفرق بينهما

### المحور الثاني : الاتصال العمومي :

- \_ علاقة الاتصال العمومي بالخدمة العمومية والمسؤولية الاجتماعية
- \_ أهمية الاتصال العمومي وأهدافه

### المحور الثالث : محددات الحملات الإعلامية

- \_ أنواع الحملات الإعلامية ،
- \_ أهميتها وأهدافها ،
- \_ الحملات الإعلامية كتقنية أو كأداة من أدوات الاتصال العمومي .
- \_ شروط نجاحها وعوامل فشلها.
- \_ الخلفية النظرية للإقناع والتأثير في سلوك الأفراد

### المحور الرابع : تخطيط حملات الاتصال العمومي

- \_ تحليل السياق الاتصالي
- \_ تحديد موضوع الحملة وفكرتها
- \_ صياغة وتحديد أهداف الحملة
- \_ تحديد جمهور الحملة
- \_ اختيار وسائل الحملة
- \_ تصميم رسائل الحملة
- \_ اختيار القوائم بالاتصال في الحملة(فريق الحملة)
- المحور الثالث : تنفيذ حملات الاتصال العمومي واستراتيجيات إدارتها
- \_ جدولة أنشطة الحملة
- \_ كيفية تسيير ميزانية الحملة
- \_ تقييم الحملات واكتساب الدروس

### طريقة التقييم

- العرض : (تقديم عمل نظري جماعي): 06 ن
- الفرض : 04 ن
- العمل التطبيقي: (تصميم وتخطيط حملة اتصال عمومي ) العمل اختياري بين الجماعي والفردى : 06 ن
- التفاعل والانضباط : 03 ن

ملاحظة : يقدم العمل النظري في الحصة الأربع 04 الأولى للمقياس ،

- \_ بدأ من الحصة 05 يشرع الطلبة في إنجاز العمل التطبيقي (يقترح الأستاذ مواضيع للحملات ويختار الطلبة ) ، بحيث يقدم الطلبة في كل حصة مرحلة من مراحل تخطيط الحملة إلى تنتهي المراحل بانتهاء الحصة ويجري الأستاذ التقييم لكل مرحلة. مع ضرورة الحرص على أن يقدم الطلبة العمل التطبيقي الكامل في الحصتين الأخيرتين من المقياس
- \_ يختار الأستاذ التاريخ المناسب لإجراء الفرض.

