

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

مواصفة

عرض تكوين ماستر

أكاديمي / مهني

القسم	الكلية/ المعهد	المؤسسة
علوم الاعلام و الاتصال	العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية	جامعة 20 أوت 1955 م سكيكدة

الميدان :العلوم الانسانية

الفرع:علوم الاعلام و الاتصال

التخصص:اتصال و علاقات عامة

السنة الجامعية: 2017 / 2018 م

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

**HARMONISATION**

**OFFRE DE FORMATION MASTER  
ACADEMIQUE /PROFESSIONNALISANT**

<b>Etablissement</b>	<b>Faculté / Institut</b>	<b>Département</b>
<b>Université du 20 aout 1955 Skikda</b>	<b>Faculté des sciences sociales et des sciences humaines</b>	<b>Sciences de l'information et de la communication</b>

**Domaine: sciences humaines**

**Filière: Sciences de l'information et de la communication**

**Spécialité:communication et relations publiques**

**Année Universitaire : 2017/2018**

## الفهرس

I- بطاقة تعريف الماستر .....	
1- تحديد التكوين : .....	
2- المشاركون في التأطير : .....	
3- إطار وأهداف التكوين : .....	
أ- شروط الالتحاق .....	
ب- أهداف التكوين .....	
ت- المؤهلات والقدرات المستهدفة .....	
ث- القدرات الوطنية و الجهوية لقابلية التشغيل .....	
ج- الجسور نحو تخصصات أخرى .....	
ح- قدرات التأطير .....	
4- الإمكانيات البشرية المتوفرة .....	
أ- أساتذة المؤسسة المتدخلين في الاختصاص .....	
ب- التأطير في الخارج .....	
5- الإمكانيات المادية المتوفرة .....	
أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات .....	
ب- ميادين التريص والتكوين في المؤسسات .....	
ت- مخابر البحث لدعم تكوين الماستر .....	
ث- مشاريع البحث لدعم تكوين الماستر .....	
ج- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال .....	
II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم .....	
1- السداسي الأول .....	
2- السداسي الثاني .....	
3- السداسي الثالث .....	
4- السداسي الرابع .....	
5- حوصلة شاملة للتكوين .....	
III البرنامج المفصل لكل مادة	
IV- العقود/الاتفاقات .....	

بطاقة تعريف الماستر  
( تعبئة كل الخانات إجباري )

1- تحديد مكان التكوين: جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

- كلية أو معهد: العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية
- قسم: علوم الاعلام و الاتصال

2- المشاركون في التكوين (\*):

- المؤسسات الجامعية الأخرى : لا توجد

- المؤسسات و الشركاء الاجتماعيون الاقتصاديون الآخرون:

- المؤسسة المينائية سكيكدة .
- مؤسسة سوناطراك .
- الإذاعة المحلية سكيكدة .
- المديرية الجهوية للتجارة
- الإدارات المحلية .
- مؤسسة حجار السود عزابة .
- مؤسسة نفضال
- مقرات الصحف الوطنية
- المحطة الجهوية للتلفزيون .

- الشركاء الدوليون الأجانب : لا يوجد

- إدراج الاتفاقيات الخاصة بالتكوين في الملاحق .

## 3- إطار وأهداف التكوين:

أ- شروط الالتحاق (تحديد تخصصات النموذجية لليسانس التي تسمح بالالتحاق بالتكوين في الماستر المعني)

ليسانس اتصال .

القبول في التخصص يعود لقرار اللجنة البيداغوجية بعد دراسة الملف .

ت- أهداف التكوين (الكفاءات المستهدفة، المعارف المكتسبة عند نهاية التكوين، 20 سطر على أكثر تقدير)  
يهدف هذا التكوين إلى تزويد الطالب بمعارف عامة في ميدان علوم الإعلام والاتصال ثم تكوينه وتمكينه من مناهج ومقاربات خاصة بميدان الاتصال والعلاقات العامة.  
من خلال العمل على:

- اكتساب الطالب معارف جديدة و محينة في تخصصه .
- توسيع مداركه إذ يتحصل الطالب على معلومات و معارف في مجال الاتصال ونظرياته وتطبيقاته في البحوث النظرية وكيفية تجسيد ذلك ميدانيا .
- تزويد الطالب بمعارف عن أساليب و طرق توظيف تقنيات العلاقات العامة.
- تزويد الطالب بمعارف ذات الصلة بتخصصه و ما يتقاطع معه من مجالات كالتسويق وسبر الآراء .
- تشجيع الطالب على البحوث الميدانية ووضع الخطط والاستراتيجية الاتصالية مما يسمح بالمساهمة في تنظيم و تسيير المؤسسات .
- تطوير قدرات الطالب و تمكنه من اللغات الاجنبية كأدوات للبحث العلمي و في مجال عمله لاحقا .
- تمكين الطالب من التعامل مع تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و جديد البرمجيات في تخصصه
- تزويد الطالب و تهيئته لمواصلة البحث العلمي في مستويات أعلى .

ج- المؤهلات والقدرات المستهدفة (فيما يخص الاندماج المهني – 20 سطر على الأكثر)

- تمكين المتخرج من أساليب و طرق توظيف تقنيات العلاقات العامة في مجال العمل.
- تمكين المتخرج من أدوات تطبيقية تساهم في ادماجه السريع في سوق العمل و هذا من خلال التكوين الذي يشجع الطالب على البحوث الميدانية.
- تمكين المتخرج قدرات تطبيقية فيما يخص سبر الآراء أو تصميم الحملات أو القيام بمهام العلاقات العامة مما يساهم في اندماجه السريع في سوق العمل .
- تزويد المتخرج بمهارات في مجال التكنولوجيات و اللغات مما يتيح فرصا أكثر في مجال التوظيف .
- كما يتيح هذا العرض للمتخرج فرصة ولوج عالم الاعمال من خلال تزويده برصيد تطبيقي عن عالم المقاولات وكيفية الاستفادة من مشاريع المؤسسات المصغرة .
- القيام بمهمة القائم بالاتصال داخل المؤسسة.
- انجاز الخطط والسياسات الاتصالية داخل المؤسسة بمختلف أنماطها.
- المشاركة في إعداد برامج العلاقات العامة داخل المؤسسة وخارجها.

**د- القدرات الجهوية والوطنية القابلة لتشغيل حاملي الشهادات الجامعية :**

ولاية سكيكدة من بين أهم الأقطاب الصناعية والاقتصادية في الجزائر والتي يوجد فيها العديد من المؤسسات الاقتصادية والصناعية والعديد من المديرات والإدارات المحلية، وهي كلها فضاءات يمكن أن توفر مناصب كثيرة للشغل، خاصة أن الطروحات الاقتصادية الحديثة والإدارية تجعل من الاتصال كعامل محوري لكل تقدم ونجاح .

الطالب المتخرج والذي يكون حاملا لشهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال يستطيع العمل في المناصب التالية:

-مكلف بالاتصال والعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية.

-مسؤول خلية الإعلام والاتصال في الإدارات المحلية : البلدية والدائرة والولاية.

-إمكانية فتح وكالة استشارة في ميدان الاتصال أو مؤسسات مصغرة .

-المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية والصحافة المكتوبة.

**ملاحظة :** كل المناصب التي سبق ذكرها يمكن للطلاب أن يتحصل عليها في ولاية سكيكدة انطلاقا من عروض العمل المتوفرة أو على مستوى الوطن في المسابقات الوطنية .

**ه- الجسور نحو تخصصات أخرى: مع جميع تخصصات علوم الاعلام والاتصال .****و- مؤشرات متابعة التكوين :**

يدرس بهذا التخصص الطلبة القادمين من قسم علوم الاعلام والاتصال ، والذين أبدوا الرغبة للدراسة فيه، مع إمكانية تحديد شروط الانتقال إذا كان الراغبين عددهم كبير مقارنة بالشعب الأخرى و إمكانية استقبال طلبة من النظام الكلاسيكي.

- يتكفل بهذه الدفعة مجموعة من الأساتذة المختصين في علوم الإعلام والاتصال مع إمكانية مساعدتهم من طرف أساتذة من العلوم الإنسانية والاجتماعية لتغطية بعض المواد في وحدة الثقافة العامة والمواد في الوحدة الأفقية خاصة.

-عدد الطلبة يكون محدودا 30 طالبا .

- العمل الميداني في المؤسسات و الاحتكاك بالشريك الاجتماعي والاقتصادي في السداسي الثالث و الرابع .  
- ينتقل الطلبة الى تخصصات أخرى في الدكتوراه على مستوى الكلية إذا تم فتح الدكتوراه أو الى جامعات أخرى و هذا وفق القوانين البيداغوجية المعمول بها وطنيا في التصنيف و المشاركة في مسابقة الالتحاق بالدكتوراه .

**ز- قدرات التأطير: (إعطاء عدد الطلبة الممكن التكفل بهم)**

- تتشكل فرقة التأطير من أساتذة مختصين في الميدان.

- 30 طالبا .

## 1- الإمكانيات البشرية المتوفرة:

أ- أساتذة المؤسسة المتدخلين في التخصص:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع
بن زروق جمال	ليسانس علوم اعلام واتصال	ماجستير علوم اعلام و اتصال تخصص اتصال في المؤسسة ، دكتوراه علوم اعلام واتصال	أستاذ محاضر أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير مذكرات ، تأطير تربية	
لجيري نور الدين	ليسانس اعلام و اتصال و دعوة	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص اعلام دعوي	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير المذكرات ، تأطير تربية	
بابوري عبد الكريم	ليسانس علوم قانونية و ادارية	ماجي ستر علوم اعلام واتصال تخصص	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير المذكرات ، تأطير تربية	
سعيدود عبد الغني	ليسانس علوم اعلام و اتصال تخصص صحافة مكتوبة	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص اتصال اشهاري	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير المذكرات	
قصعة خديجة	ليسانس علوم اعلام و اتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال : وسائل الاعلام و المجتمع	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير التربية المذكرات	
عزري أمال	ليسانس علوم اعلام و اتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص وسائل الاعلام و المجتمع	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير المذكرات تأطير تربية	
بضياف سوهيلة	ليسانس علوم اعلام و اتصال تخصص صحافة مكتوبة	ماجستير علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير المذكرات تأطير تربية	
شلواش صليحة	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص اتصال في التنظيمات	ماجستير علوم اعلام و اتصال تخصص وسائل اعلام و مجتمع	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير المذكرات تأطير تربية	
شاوي سهيلة	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص اتصال في المؤسسة	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص اعلام و اتصال	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير المذكرات ، تأطير تربية	
خضراوي فتيحة	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص اتصال بيئي	أستاذ مساعد أ	محاضرات ، أعمال موجهة ، تأطير تربية مذكرات	

دريج نبيلة	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص صحافة مكتوبة	أستاذ مساعد أ	محاضرات، اعمال موجهة تأطير المذكرات تأطير تربصات
حورة نبيل	علوم اعلام واتصال تخصص علاقات عامة	علوم اعلام واتصال تخصص مجتمع معلومات	أستاذ مساعد	محاضرات، اعمال موجهة، تأطير تربصات تأطير المذكرات
زغوف عبد الغني	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص مجتمع المعلومات	أستاذ مساعد أ	محاضرات اعمال موجهة تأطير المذكرات تأطير تربصات
ولهي حنان	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال: اتصال وتسيير الازمة	أستاذ مساعد أ	محاضرات، اعمال موجهة، تأطير المذكرات والتربصات
بوالشوخ هاجر	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال: اتصال وعلاقات عامة	أستاذ مساعد ب	محاضرات، اعمال موجهة، تأطير التربصات والمذكرات
حمودة زينة	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام واتصال: اتصال وتسيير الازمة	أستاذ مساعد أ	محاضرات، اعمال موجهة، تأطير المذكرات والتربصات
الواهم مصباح مريم	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير علوم اعلام: اتصال وتنمية مستدامة للمؤسسات .	أستاذ مساعد أ	محاضرات، اعمال موجهة، تأطير المذكرات والتربصات
بوشحيط غادة	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير اعلام و اتصال تخصص اتصال اشهاري	أستاذ مساعد أ	محاضرات،اعمال موجهة ،تأطير المذكرات
بلمارس حمادية سارة	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص سمعي بصري	ماجستير اعلام و اتصال	أستاذ مساعد ب	محاضرات ،أعمال موجهة ،تأطير تربصات
بوسطر علي	ليسانس علوم اعلام واتصال تخصص اتصال	ماجستير علوم اعلام واتصال تخصص اتصال اشهاري	أستاذ مساعد أ	محاضرات، اعمال موجهة، تأطير المذكرات والتربصات

\* محاضرة، تطبيق، أعمال موجهة، أعمال تطبيقية، تأطير التربصات، تأطير المذكرات،  
أخرى (توضح).

ب- التأطير الخارجي: لا يوجد

المؤسسة التابعة لها:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	طبيعة التدخل*	التوقيع



المؤسسة التابعة لها:

التوقيع	طبيعة التدخل*	الرتبة	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الشهادة التدرج + التخصص	الاسم واللقب

المؤسسة التابعة لها:

التوقيع	طبيعة التدخل*	الرتبة	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الشهادة التدرج + التخصص	الاسم واللقب

\* محاضرة، أعمال تطبيقية، أعمال موجهة، تأطير التريصات، تأطير المذكرات، أخرى (توضح)

## 2- الإمكانيات المادية المتوفرة

أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات: تقديم بطاقة عن التجهيزات البيداغوجية المتوفرة بالنسبة للأعمال التطبيقية للتكوين المقترح. (بطاقة واحدة لكل مخبر)

عنوان المخبر : مخبر البحوث و الدراسات الاجتماعية .

الرقم	اسم التجهيز	العدد	الملاحظات
	قاعات اعلام آلي	02	بكل تجهيزاتها
	مخبر اللغات	02	بكل تجهيزاته
	اعلام الي ،مكتبية ،سمعي بصري		كل التجهيزات
	مكتبة الكلية ، مكتبة الجامعة		بكل تجهيزاتها

ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات:

مكان التربص	عدد الطلبة	مدة التربص
المؤسسة المينائية سكيكدة	03	15 الى 30 يوما
مؤسسة سوناطراك	03	15 الى 30 يوما
الإذاعة المحلية سكيكدة	03	15 الى 30 يوما
المديرية الجهوية للتجارة	03	15 الى 30 يوما
شركة اتصالات الجزائر	03	15 الى 30 يوما
مؤسسة نفضال	03	15 الى 30 يوما
مؤسسة حجار السود ، عزابة	03	15 الى 30 يوما
الإدارات المحلية	03	15 الى 30 يوما
مقرات الصحف الوطنية	03	15 الى 30 يوما
المديرية الجهوية للتلفزيون	03	15 الى 30 يوما

رئيس المخبر : الاستاذ الدكتور قيرة اسماعيل
رقم اعتماد المخبر: رقم 132
التاريخ: 2010/ 06/ 23 م
رأي رئيس المخبر :

رئيس المخبر
رقم اعتماد المخبر
التاريخ :
رأي رئيس المخبر :

## د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح:

تاريخ نهاية المشروع	تاريخ بداية المشروع	رمز المشروع	عنوان مشروع البحث
2017	2013/01/01 م	S*01620120029	اتجاهات الاعلاميين الجزائريين نحو المهنة الاعلامية في ظل الاعلام الجديد
2020	2016	I02n01un210120150001	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي
2020	2016	I02n01un210120150007	استخدام الشباب الجزائري للإعلام الجديد

## هـ- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال:

- المكتبة الجامعية.
- مركز الإعلام الآلي.
- مكتبة الكلية والقسم.
- مركز الشبكات والأنظمة والتعليم عن بعد.

**II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم**  
(الرجاء تقديم بطاقات الأربيع (4) سداسيات)

## 1 - السداسي الأول:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
		20	09			06 س	06 س	180 س	وحدات التعليم الأساسية وت أ 1 (إج/إخ)
امتحان	متواصل	05	03			1.30	1.30	45 س	المادة 1: ابستمولوجيا علوم الاتصال والاتصال
امتحان	متواصل	05	02			1.30	1.30	45 س	المادة 2: ادارة العلاقات العامة وت أ 2 (إج/إخ)
امتحان	متواصل	05	02			1.30	1.30	45 س	المادة 1: الاتصال والتسويق العمومي
امتحان	متواصل	05	02			1.30	1.30	45 س	المادة 2: الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة إخ
		07	04			3.00	3.00	90 س	وحدات التعليم المنهجية وت م 1 (إج/إخ)
امتحان	متواصل	04	02			1.30	1.30	45 س	المادة 1: تقييم الراي العام
امتحان	متواصل	03	02			1.30	1.30	45 س	المادة 2: المقاربات الكيفية و الكمية وت م 2 (إج/إخ)
									المادة 1
									المادة 2
امتحان		02	02				3.00	45 س	وحدات التعليم الإستكشافية وت أ 1 (إج/إخ)
امتحان		01	01				1.30	22.30	المادة 1: البلاغة و الاتصال
امتحان		01	01				1.30	22.30	المادة 2: تحليل خطاب تشریعات

عمل							
وت 1 (إج/إخ)							
إلخ							
متواصل	01	01			1.30	22.30	وحدة التعليم الأفقية
وت أف 1 (إج/إخ)							
متواصل	01	01			1.30	22.30	المادة 1 اللغة الأجنبية
المادة 2							
وت أف 2 (إج/إخ)							
إلخ							
	30	16	315		10.30	12	مجموع السداسي 1

## 2- السداسي الثاني:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 14-16 أسبوع	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة		
إمتحان	متواصل	20	09			06	06	180 س	وحدات التعليم الأساسية
وت أف 1 (إج/إخ)									
إمتحان	متواصل	05	03			1.30	1.30	45 س	المادة 1 ابستمولوجيا علوم الاعلام والاتصال
إمتحان	متواصل	05	02			1.30	1.30	45 س	المادة 2 التخطيط في العلاقات العامة
وت أف 2 (إج/إخ)									
إمتحان	متواصل	05	02			1.30	1.30	45 س	المادة 1: مهارات الاتصال في العلاقات العامة
إمتحان	متواصل	05	02			1.30	1.30	45 س	المادة الاتصال الاقناعي والحجاجي

إلخ									
وحدات التعليم المنهجية	90 س	3.00	3.00						
وت م 1 (إج/إخ)									
المادة 1 ملتنقى المنهجية	45 س	1.30	1.30						
المادة المقاربات الكيفية والكمية	45 س	1.30	1.30						
وت م 2 (إج/إخ)									
المادة 1									
المادة 2									
وحدات التعليم الإسكتشافية	45 س	3.00							
وت إ 1 (إج/إخ)									
المادة 1 تصميم الحملات	22.30	1.30							
المادة 2 تكنولوجيا الاتصال والفضاء العمومي	22.30	1.30							
وت إ 2 (إج/إخ)									
إلخ									
وحدة التعليم الأفقية	22.30	1.30							
وت أف 1 (إج/إخ)									
المادة اللغة الأجنبية	22.30	1.30							
المادة 2									
وت أف 2 (إج/إخ)									
إلخ									
مجموع السداسي 2	337.30	12	10.30	315	16	30			



## 3 - السداسي الثالث:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي			الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم
متواصل	إمتحان			محاضرة	أعمال موجهة	أعمال تطبيقية		
		20	09		06	06	180 س	وحدات التعليم الأساسية
								وت أ 1 (إج/إخ)
امتحان	متواصل	05	03		1.30	1.30	45 س	المادة 1: الأشهار
امتحان	متواصل	05	02		1.30	1.30	45 س	المادة 2: الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة
								وت أ 2 (إج/إخ)
امتحان	متواصل	05	02		1.30	1.30	45 س	المادة 1: الاتصال وتسيير الازمة
امتحان	متواصل	05	02		1.30	1.30	45 س	المادة 2: صورة المؤسسة والاتصال الشامل
								إلخ
امتحان	متواصل	07	04		3.00	3.00	90 س	وحدات التعليم المنهجية
								وت م 1 (إج/إخ)
امتحان	متواصل	04	02		1.30	1.30	45 س	المادة 1: اعداد مذكرة
امتحان	متواصل	03	02		1.30	1.30	45 س	المادة 2: انتاج واعداد مواد العلاقات العامة

									وت م 2 (إج/إخ)
									المادة 1
									المادة 2
امتحان		02	02			3.00	45 س		وحدات التعليم الإسكتشافية
									وت إ 1 (إج/إخ)
امتحان		01	01			1.30	22.30		المادة 1 المقاولتية
امتحان		01	01			1,30	22.30		المادة 2 تطبيقات العلاقات العامة في الجزائر
									وت إ 2 (إج/إخ)
									إلخ
	متواصل	01	01			1.30	22.30		وحدة التعليم الأفقية
									وت أف 1 (إج/إخ)
	متواصل	01	01			1.30	22.30		المادة 1 اللغة الأجنبية
									المادة 2
									وت أف 2 (إج/إخ)
									إلخ
		30	16	315		10.30	12	337.30	مجموع السداسي 3

## 4 - السداسي الرابع:

الميدان: العلوم الانسانية  
الفرع: علوم الاعلام و الاتصال  
التخصص: اتصالات وعلاقات عامة

تربص في مؤسسة يتوج بمذكرة تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	العمل الشخصي
21	11	07	التربص في المؤسسة
09	05	03	الملتقيات
			أعمال أخرى (حدد)
30	16	150 (15/10)	مجموع السداسي 4

5 - حوصلة شاملة للتكوين: ( يرجى نكر الحجم الساعي الإجمالي موزع بين المحاضرات والتطبيقات، للسداسيات الأربعة بالنسبة لمختلف وحدات التعليم حسب الجدول التالي):

المجموع	الأفقية	الاستكشافية	المنهجية	الأساسية	ح س ت و
540		135	135	270	محاضرة
472.30	67.30	/	135	270	أعمال موجهة
115	/	/	45	70	أعمال تطبيقية
/	/	/	/	/	عمل شخصي
945	135		270	540	عمل آخر (محدد)
2072.30	202.30	135	585	1150	المجموع
120					الأرصدة
100 %	%2.5	%5	%25	67.7%	% الأرصدة لكل وحدة تعليم

**III- البرنامج المفصل لكل مادة**  
(تقديم بطاقة مفصلة لكل مادة)

## عنوان الماستر : اتصالات وعلاقات عامة

السداسي الأول:

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية: أ.د بن زروق جمال

اسم المادة: ابستمولوجية علوم الإعلام و الاتصال

الرصيد: 5

المعامل: 3

**أهداف التعليم:** (نكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر) تلقين الطلبة معارف نظرية ذات علاقة بالتخصص ومساعدتهم على التعرف على أهم نظريات الاتصال في علاقتها بالاتصال و معرفة أهم الاتجاهات الابستمولوجية في علوم الاعلام و الاتصال أي دراسة العلوم وفرضياتها و نتائجها دراسة نقدية و هذه الدلالة مرتبطة بالمعنى الاشتقاقي للكلمة.

**المعارف المسبقة المطلوبة :** ( وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

على الطالب أن يكون ملما بمعارف نظرية والتطورات التي طرأت في الميدان العلمي حتى يمكنه ربط التطورات الاجتماعية الثقافية و العلمية بالواقع.

**محتوى المادة:** ( إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب )

تتناول هذه المادة دراسة وتحليل أهم الاتجاهات الابستمولوجية لعلوم الاتصال من حيث نشأتها وتطورها وتطبيقاتها في المجال الإعلامي .كما يتضمن ذلك دراسة هذه النظريات بهدف تفسير ظاهرة الاتصال ومحاولة التحكم فيها و التنبؤ بتطبيقاتها و أثرها في المجتمع .

**المحور الأول: مدخل إلى الإبستمولوجيا**

- مفهوم الإبستمولوجيا
  - مهام الإبستمولوجي
  - أهم الاتجاهات الإبستمولوجية
  - ديكارت René Descartes
  - امانويل كانط Emmanuel Kant
  - غاستون باشلار Gaston Bachelard
  - ميشيل فوكو Michel Foucault
  - كارل بوبر Karl Popper
- المحور الثاني: إبستمولوجيا علوم الإعلام و الاتصال
- هل فروع الاتصال تستحق وصف العلوم
  - ميلاد علوم الاعلام و الاتصال
  - المحور الثالث: ابستمولوجيا الاتصال ( المفاهيم و النماذج)
  - اشكالية النماذج من اشكالية المفاهيم
  - ثلوث نماذج الاتصال

- النماذج الوضعية
- النماذج النسقية
- النماذج البنائية
- المحور الرابع النماذج الوضعية
- نموذج نظرية الاعلام
- نموذج الاتصال على مستويين
- المحور الخامس: النماذج النسقية
- النموذج السوسيو مترى
- النموذج التبادلي
- النموذج التفاعلي
- النموذج الدرامي
- المحور السادس النماذج البنائية نموذج ايبر تكست / لنموذج الموقفى
- طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + مراقبة مستمرة

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- أرمان و ميشال ماتلار، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، تاريخ نظريات الاتصال، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005. –
- الوحدة دراسات مركز بيروت، الاتصال، نظريات في دراسات الرحمن، عبد عزي
  - Jean-Claude ABRIC, Pratiques Sociales et Représentations, Sous la Direction de Jean-Claude ABRIC Edition, 2 e, PUF, 1994
  - J. PERRIAULT, La Logique de l'Usage : essai sur les machines à communiquer, Paris, Flammarion, 1989
  - MUCCHIELLI A., 2001, La nouvelle communication. Epistémologie des sciences de l'information et de la communication, Armand Colin, 2001 •
  - MEUNIER JP, PERAYA D., Introduction aux théories de la communication, De Boeck, 2004
  - LAZAR J., La Science de la communication, Paris, PUF, 1992.
  - MATTELART Armand, Histoire des théories de la communication, Paris, La Découverte, 1995.
  - BRETON P. et PROULX S., L'explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, La découverte, 2002.
  - BALLE F., Médias et société, Paris, Montchrestien, 4<sup>e</sup> édition, 1991.
  - MIÈGE Bernard, Capitalisme et industries culturelles, PUG, 1978

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الأول:

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية: بضيف سهيلة

اسم المادة: " 2 " إدارة العلاقات العامة

الرصييد: 5

المعامل: 2

## أهداف التعليم :

تكسب الطالب معارف نظرية وتطبيقية في مجال ادارة العلاقات العامة

## المعارف المسبقة المطلوب

على الطالب أن يكون ملما بأطر مفاهيمية ضرورية لتحليل الظاهرة الاتصالية الداخلية و الخارجية داخل المؤسسة .

**محتوى المادة:** يتم التركيز في هذه المادة على الاطار النظري و التطبيقي للعلاقات العامة التعرض إلى أهم التقنيات التي يستعملها الفاعلون في ميدان الاتصال كالمهنيين في مجال من ميدان التسويق كتقنية سبر الاراء والعلاقات العامة والإشهار فضلا عن استعمال التكنولوجيات الحديثة كالإعلام الآلي والوسائل السمعية البصرية المتطورة كالوسائل الإلكترونية.

- مدخل إلى العلاقات العامة
- تعريف العلاقات العامة
- الاختلافات حول مفهوم العلاقات العامة مفهومها
- المقاربات النظرية و المنهجية التي تناولت مفهوم العلاقات العامة
- نشأة العلاقات العامة وتطورها
- ممارسة الانسان لنشاط العلاقات العامة عبر التاريخ
- لعلاقات العامة كنشاط حديث
- أهمية العلاقات العامة في المؤسسات
- وظائف وأهداف العلاقات العامة:
- تصور لفهم وظائف العلاقات العامة في مختلف الادارات برامج العلاقات العامة
- أنواع العلاقات العامة
- وسائل اتصال العلاقات العامة
- وسائل الاتصال في العلاقات العامة
- وسائل الاتصال العامة
- وسائل الاتصال الخاصة
- نظام العلاقات العامة
- تنظيم إدارة العلاقات العامة
- التنظيم الاداري
- عناصر التنظيم
- المزيج التنظيمي
- هيكل السلطة

- تنظيم العلاقات العامة و أهدافها إدارة العلاقات العامة و اهدافها في كل من المؤسسة الاعلامية و المنظمات الاجتماعية و الصناعية و التجارية
- **طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + مراقبه مستمرة**
- **المراجع ( :كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**
- فاضل محمد البدارني : الاعلام:صناعة العقول ، منتدى المعارف ، بيروت 2011
- هريبرت شيلر : المتلاعبون بالعقول
- نعوم تشومسكي : السيطرة على الاعلام ، اتصالات سبوت الاولي 2005
- محمد اب ارهيم عبيدات التسويق الاجتماعي ، دار وائل للنشر ط 1 ، 2004
- منى سعيد الحديدي : الاعلام و المجتمع ، الدار المصرية اللبنانية.
- محمود عبد الله الخوالدة ، علم النفس السياسي و الاعلامي، دار حامد للنشر و التوزيع ، 2008 .
- سعد آل سعود الاتصال و الاعلام السياسي، دار الكتاب الحديث.
- عمارة محمد : العلوم السياسية بين الاقلمة و العولمة رؤية سياسية معاصرة للقرن، 21 الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
- -Arnaud Mercier, *La communication politique en France* : -Arnaud Mercier: *un champ de recherche qui doit encore s'imposer*, *L'Année sociologique*, Vol.51 2001/2, p. 355 à 363. [lire en ligne][PDF]
- -Dossier *Campagnes politiques, tribunes médiatiques*, *Le Temps des médias*, n° 7 – 2006/2. [lire en ligne]
- -Kees Brants, *De l'art de rendre la politique populaire... Ou "qui a peur de l'infotainment ?"*, *Réseaux*, n° 118 2003/2, p. 135 à 166. [lire en ligne] [PDF]
- -Agnès Chauveau, *L'homme politique et la télévision. L'influence des conseillers en communication*, *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 80 2003/4, p. 89 à 100. [lire en ligne][PDF]



**السداسي: الأول**

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية: عزري آمال

اسم المادة: " 3 " الاتصال والتسويق العمومي

الرصيد: 5

المعامل: 2

**أهداف التعليم :**

يهدف تدريس هذا المقياس للتعرف على الاتصال الذي يستهدف الصالح العام او ما يمكن تسميته بتحسين جودة الحياة دون البحث عن المكاسب المادية و كذا التحكم في معارف نظرية للاتصال العمومي.

**المعارف المسبقة المطلوبة :**

على الطالب أن يكون على دراية بأبجديات الاتصال العمومي و التربية المدنية حتى يربطها بالأداة المدروسة

**محتوى المادة:** التركيز في هذه المادة على موضوع الاتصال الاجتماعي وأهم الفروقات الموجودة بين هذا النمط الاتصالي و الانماط الأخرى مع توضيح أساليبه أهدافه خصائصه و علاقته بالعلوم الأخرى و ماهي أهم تطبيقاته وتقنياته بناء وتصميم الحملات الاجتماعية و الكيفية التي يتم بها توليد التغيير الإيجابي في المجتمع أهداف التعليم لمقياس تعريف الطالب الاسس و المبادئ الأولية في التسويق ربطه بالاتصال العمومي و يوضح أهمية و دور أساليب الاتصال العمومي في تصحيح السلوكات التي تراها المنظمات غير صالحة للمجتمع كما يهدف المقياس إلى معرفة كيفية تطبيق خطوات الاسلوب التسويقي على الجانب العمومي و كيفية توظيف القائمين على الاتصال العمومي للمنهجية التي يقترحها التسويق العمومي أثناء تصميمهم للبرامج و الحملات العمومية الهادفة لخدمة المنفعة العامة.

**محتوى المادة: يتمحور حول الاتصال العمومي نشأته و اسسه**

- خصائص الاتصال العمومي وتطوره التاريخي
- الاتصال العمومي و علاقته بأنواع الاتصالات الأخرى
- مميزات الاتصال العمومي
- علاقة الاتصال العمومي بالعلوم الأخرى
- تقنيات الاتصال العمومي وسائل الاتصال العمومي
- التسويق و علاقته بالميدان العمومي
- تعريف التسويق و مجالاته
- أهم المفاهيم المرتبطة بالتسويق
- نشأته و تطوره، توسع مجاله
- استخدامات التسويق في الميدان الاجتماعي و السياسي
- مراحل التسويق الاجتماعي
- الاستراتيجية القبلية للتسويق الاجتماعي
- مراحل دراسة السوق : الخطة التسويقية/ تحديد الاهداف/ تصميم الاستراتيجية/ تحديد الجماهير المستهدفة
- المزيج التسويقي:
- سياسة المنتج، سياسة السعر
- سياسة التوزيع سياسة الاتصال: الاشهار ، الترويج ، العلاقات العامة ، ترويج المبيعات ، قوة البيع
- الفرق بين التسويق التجاري و الاجتماعي
- صياغة المزيج التسويقي الاجتماعي
- نماذج تطبيقية للتسويق الاجتماعي

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + م ا ر قبه مستمرة  
المراجع ( كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- سمير محمد يوسف : التسويق نظرة اقتصادية ،مؤسسة شباب الجامعة1980
- عبد السلام أبوقحف: أساسيات التسويق ،الدار الجامعية، 1995
- مصطفى زهير التسويق و إدارة المبيعات دار النهضة العربية1984 م.
- حنا باللوز :الدعاية و التسويق و فن التعامل مع الزبائن ، دار الرضا للنشر، 1999 م
- بشير عباس العلاق الاستراتيجيات التسويقية في الانترنت دار المناهج ، عمان2003 ،
- 2002 عمان المناهج، دار المتكامل و الشامل التسويق أساسيات :العلاق عباس بشير
- Philip Kotler, *Marketing-Management. Analyse, Planification, Contrôle*. Paris, Publi- Union, 1971.
- Théodore Levitt, *L'esprit marketing*, Les Éditions d'Organisation, 1972
- (en) Peter Drucker, *Management. Task, Responsibilities, Practices*, Heinemann, 1973, p. 63 sq.
- Pierre Doré, *Les concepts de base du marketing*, Nathan, 1973
- (en) Theodore Levitt, *Marketing for Business Growth*, McGraw-Hill, 1974. 1980 • (en) Al Ries et Jack Trout, *Marketing Warfare*, McGraw Hill, 1985.
- Theodore Levitt, *L'imagination au Service du Marketing*, Economica, 1985
- 1990 • Bernard Cathelat, *Socio-styles-système: les styles de vie, théorie, méthodes, applications*, Éditions d'Organisation, 1990
- Jean-Louis Swiners et Jean-Michel Briet (préf. Philippe Guilhaume), *Marketing ! : une autre vision de la stratégie*, Paris, ESF, 1993, 239 p.
- (en) Steven Silverman, « An Historical Review and Modern Assessment of the Marketing Mix Concept », *7th Marketing History Conference Proceedings*, Vol. VII, 1995
- (en) James F. Moore, *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*, Harperbusiness, 1996. • (en) Barry J. Nalebuff, Adam Brandenburger, *Co-opetition*, Profile Business, 1997. 2000

**السداسي: الأول**

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية: قصعة خديجة

اسم المادة: " 4 " الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم:

تعريف الطالب بالاتجاهات الحديثة التي أنتجتها الدراسات و التجارب الاعلامية في مجال العلاقات العامة تعزيز مهارات الطلاب في البحث عن المستجدات في العلاقات العامة تنمية اتجاهات الطلاب نحو التخصص باعتباره تخصصا متطورا يتطلب المعرفة المتجددة.

**المعارف المسبقة المطلوبة**

يحتاج الطالب إلى الخلفية النظرية والمنهجية التي يكون قد تعلمها من مرحلة الليسانس في ميدان دراسات الجمهور.

**محتوى المادة:** هذه المادة نركز فيها نركز فيها على الطبيعة المتجددة في العلاقات العامة

- الاتجاهات الحديثة المتعلقة بانتاج مواد العلاقات العامة

- الاتجاهات الحديثة المتعلقة بانتاج مواد العلاقات العامة عبر الانترنت

- الاتجاهات الحديثة المتعلقة بنظريات العلاقات العامة

**الاتجاهات الحديثة المتعلقة ببحوث العلاقات العامة طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى +بطاقة قراءة .و المناقشة الجماعية

**المراجع ( كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

- محمد نجيب الصرايرة: العلاقات العامة: الاسس و المبادئ مكتبة الرائد العلمية، الاردن، 2001

- ايهاب كامل: مهارات التفاوض و دبلوماسية الاقناع، هبة النيل العربية للنشر و التوزيع القاهرة، مصر 2010

- هاشم زكي محمود: العلاقات العامة المفاهيم و الاسس العلمية، دار السلاسل، الكويت 1996

- بشير العلاق: تخطيط و تنظيم برامج و محلات العلاقات العامة، دار اليا وردي العلمية للنشر و التوزيع، 2009

- هناك حافظ بدوي: العلاقات العامة و الخدمات الاجتماعية (أسس نظرية و مجالات تطبيقية. المكتب الجماعي الحديث الإسكندرية، 2001،

## عنوان الماستر: الاتصال والعلاقات العامة

السداسي: الأول:

اسم الوحدة : وحدة التعليم المنهجية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية : زغوف عبد الغني

اسم المادة : " 1 " تقييم ال أري العام

الرصيدي4 :

المعامل2 :

أهداف التعليم : التحكم في عملية إنجاز بحوث ميدانية.

المعارف المسبقة المطلوبة : أن يكون الطالب على دراية بالمبادئ الاولية للمنهجية وكيف ترتبط بالتراث النظري، مع التحكم في بعض تقنيات البحث ، المعرفة الجيدة بالإحصاء و تقنيات المقابلة و مهارات الاتصال.

محتوى المادة : في هذه المادة يتم التركيز على منهجية معمقة تمكن الطالب من إنتاج معارف علمية في مجال تخصصه يهدف إلى تدعيم معارف الطلبة بوضع علاقة بين مختلف التخصصات تضمن المعرفة الجيدة بالمفهوم مع التزام منهجي و القدرة على توسيع الفهم إلى مجال العمل الميداني في المؤسسات الانتاجية و الخدماتية،

الجانب النظري : يشغل %10 من الحجم الساعي للمقياس يذكر الطالب بمهارات الملاحظة و التحليل المستعملة في العلوم الاجتماعية خاصة في علم الاجتماع و الاعلام.

الجانب الميداني يتم التركيز على تطبيقات تحقيقات في مجال سير الاراء وتعلم مهاراته و تقنياته الخاصة نماذج من مخططات الاعمال ، انتاج استقصاءات ، تحديد العينات ، فرز تقنيات تقييم الاراء و وضع المتطلبات اللوجستكية ، تنظيم التحقيقات في الميدان ، جمع النتائج و تحليلها وتفسيرها ، تحديد مختلف مستعمل هذه النتائج.

طريقة التقييم :امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة الاعمال البحثية الفردية

المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- أحمد بن مورسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2005
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر ط 2 ، الجزائر، 2006 م
- شفيق - محمد، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998
- محمد عبد الحميد دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، عالم الكتب القاهرة 1993
- علي قسايسية، عوامل تطور دراسات الجمهور، في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الخامس، دار هومة للنشر، الجزائر، 2003
- علي قسايسية، المفهوم الكمي للجمهور، في دراسات جامعية، الجزء الثاني، دار هومة، الجزائر، 2003
- جيهان احمد رشتي :الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، القاهرة، دار الفكر العربي، - 1971
- أرمان و ميشال ماتلار، ترجمة د. نصر الدين لعياضي و د. الصادق رابح، تاريخ نظريات الاتصال، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، العربية للترجمة، بيروت، 2005

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الأول:

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية: بابوري عبد الكريم

اسم المادة: " 2 " المقاربات الكيفية و الكمية

الرصيذ: 3

المعامل: 2

## أهداف التعليم:

**المعارف المسبقة المطلوبة:** تكوين الطالب وتعريفه بالعلاقة الموجودة بين المقاربات الكمية و الكيفية و تلقين الطالب المعلومات الواجب الحصول عليها لانجاز البحث الجيد المطلوب المحقق للغرض الذي يتوخاه الباحث و توسله بقوة الملاحظة في التحليل و التفسير وتمكينه من اجراء مقارنة بينهما و توضيح أهمية الجمع بينهما.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** على الطالب ان يكون ملما بالمعارف الاولية في منهجية علوم الاعلام و الاتصال

## محتوى المادة: يركز على معارف نظرية حول البحث العلمي و التطوير

- ما هو البحث و التطوير، مستلزمات البحث العلمي
- الصفات المطلوبة في الباحث
- أنواع البحوث العلمية و نقاط الاختلاف و الالتقاء بينها
- البحوث الكمية و البحوث النوعية و الجمع بينهما
- السمات العامة للبحث النوعي
- مقارنة بين البحوث الكمية و البحوث النوعية
- الجمع بين النوعي و الكمي
- مقارنة بين البحوث الانسانية و التطبيقية
- استراتيجيات مناهج البحث الكمي
- المنهج الوصفي/ التجريبي / المقارن / التاريخي
- مناهج البحث النوعي منهج دراسة حالة
- منهج دراسة الظواهر - منهج تحليل الوثائق
- العينات في البحث الكمي و البحث النوعي
- أساليب جمع البيانات في البحث الكمي و النوعي
- تحليل البيانات و عرضها في البحث الكمي و النوعي
- توثيق مصادر المعلومات

**طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى + عرض مشاريع.

## المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- عسكر على: مقدمة في البحث العلمي، مكتبة الفلاح، الكويت، 1998م
- قنديلجي عامر ابراهيم: البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، عمان 2002
- مناهج ابحاث العلمي أساسيات البحث العلمي عمان جامعة عمان العربية للدراسات العليا، 2006 م.
- محمود عبد الله الخوالدة علم النفس السياسي و الاعلامي دار حامد للنشر و التوزيع ، 2008 م.
- سعد آل سعود الاتصال و الاعلام السياسي دار الكتاب الحديث.
- عمارة محمد: العلوم السياسية بين الاقلمة و العولمة رؤية سياسية معاصرة للقرن 21 الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

**عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة****السداسي: الأول****اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية****الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية: لبجيري نور الدين****اسم المادة: " 1 " البلاغة والاتصال****الرصيد 1:****المعامل 1:****أهداف التعليم:**

يكون الطالب بعد النجاح في هذه المادة قادراً على إعادة التفكير في البلاغة و الاتصال من حيث خصوصية حسن التواصل و الكلام و اكسابه القدرة على و الإقناع الذي يمارسه على الافراد في المجتمع و إبراز دور الكلمة و البلاغة كوسيلة لتهيئة الناس للتواصل الجيد.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** على الطالب ان يكون ملماً بالمعارف الاولية المتعلقة بتقنيات الاتصال الاقناعي التي تتطلبها ممارسة مهن العلاقات العامة و الاشهار حيث تحتاج عملية الاقناع لكثير من المهارات و الأساليب للتواصل

**محتوى المادة:**

الاعتماد في هذه المادة على التحولات المعاصرة في ميدان البلاغة الجديدة الذي اتى بها لييمان مع التركيز على أهمية التواصل البناء القائم على حسن استعمال الاليات اللغوية و ألفاظ التعليل و التبادل وكذا الاعتماد على أسلوب التكرار و التوكيد و الاليات البلاغية كالاستعارة و و الاليات المنطقية و الكناية والتشبيه ودور النقد البناء في النقاش العام. والديناميات الفردية والمشاركة في إنتاج التعبير العام كما تتناول علاقة البلاغة بنظرية الاتصال القائم على الحجة موضحة نظرية الخطابة الجديدة

**كما تركز هذا المادة على أسس مختلفة:**

- البلاغة و التواصل
  - مفهوم البلاغة أهدافها و اهميتها
  - عناصر التواصل
  - أساليب و انواع البلاغة
  - أجزاء البلاغة
  - نشأة البلاغة
  - العلاقة بين البلاغة و الاتصال
  - فن الاقناع
  - أنواع الادلة التقنية
  - الاتصال الادبي
  - مقتضى الحال
  - الصوت الارسال و الاستقبال
  - علاقة البلاغة العربية بنظرية الاتصال
  - الحجة و الحجاج الخطابة الجديدة
  - البيان و الاقناع
- طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى + عرض مشاريع.

**المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

- صلاح فضل بلاغة الخطاب و علم النص سلسلة عالم المعرفة الكويت المجلس الوطني للثقافة و الفنون العدد 1994.

- سعيد يقطين، من النص إلى النص المت ا ربط :مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي .المركز الثقافي العربي، ط 1 ، المغرب،2005
  - حاتم بن عثمان ،العولمة والثقافة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط 1 ، عمان. 1999
  - زهور كرام ،الأدب الرقمي أسئلة ثقافية وتأملات مفاهيمية، رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1 ، 2009
  - بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية:كتاب الوجوه نموذجاً" ، جامعة الإمارات العربية المتحدة،. 2012
  - علي محمد رحومة،الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعيه، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007 م .
  - سمير إبراهيم حسن ، الثقافة والمجتمع ، دار الفكر، دمشق، سوريا، ط 1 ، 2007
  - جابر عصفور نحو ثقافة عربية مغايرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، القاهرة 2008
  - فاطمة البريكي ، مدخل الى الأدب التفاعلي،دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ط 1 ،المغرب، 2007
  - خالد عزب ، أحمد منصور، وعاء المعرفة من الحجر الى النشر الفوري، مكتبة الاسكندرية للنشر والتوزيع، ط 1 ، القاهرة ، 2008
  - نبيل علي ، الثقافة العربية و عصر المعلومات ، سلسلة عالم المعرفة ، ط 1 ، الكويت ، 2001
  - حمد محمود الدوخي،المونتاج الشعري في القصيدة المعاصرة ، اتحاد الكتاب العرب ، دمشق ، 2009
  - خالد الرويعي،حصار الثقافة في عصر الانترنت،دار الشروق،ط 2 ، مصر ، 2003
- Christelle Reggiani : initiation à la rhétorique ;Hachette Paris 2001

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الأول:

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة: " 2 " تحليل الخطاب

الرصيدي 1:

المعامل 1:

## أهداف التعليم:

تسمح للطالب من تسهيل الحصول على معرفة دقيقة و متقدمة في مجال الاتصال العمومي والعلاقات العامة ويقدم فهما أعمق لدور اللغة في إستراتيجيات الاتصال و كيفية تحرير و نقد و تحليل مختلف الخطاب.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** معارف خاصة بالخطاب الاعلامي و الرسمي و العام و كيفية تحليله.

**محتوى المادة:** التفكير على مدى تعقد العلاقة الموجودة بين الخطاب و الثقافات الاتصالية التي تتخلل عالم المؤسسة و الاعلام و الاقتصاد

- مفهوم الخطاب و خصائصه
- أنواع الخطاب
- مدارس تحليل الخطاب
- مدارس التحليل اللغوي و الخطاب الاعلامي
- ميشيل فوكو و تحليل الخطاب
- التحليل السيميولوجي للخطاب
- تحليل الخطاب الاعلامي و المحادثة
- تحليل الخطاب في إطار مدرسة التحليل الثقافي
- التحليل النقدي للخطاب الاعلامي
- الفرق بين النص و الخطاب و الكلمة
- بين النص و الخطاب
- أنواع النصوص
- النص الحجاجي
- تحليل الخطاب/ نظرية التلطف و تحليل الخطاب
- فعالية الخطاب
- بنية الخطاب
- استراتيجية التأثير في المخاطب
- ممارسات و نماذج تطبيقية

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى

المراجع ( كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- Le dialogue dans un modèle de discours », Cahiers de linguistique française, 17, Genève, Université de Genève, 1995c, pp. 141-178.

-De la compétence sociale de communication aux compétences de discours", in COLLES L. et alii (éds), Didactique des langues romanes.



- Le développement de compétences chez l'apprenant, Louvain-la-Neuve, DeBoeck-Duculot, 2001, 34-43. -Durkheim E., Formes élémentaires de la vie religieuse, Paris, 1968.
- Discours d'information médiatique. La construction du miroir social, Paris, Nathan-Ina, 1997, p.82 et sq
- . - Mالدردرد D., (éd.), L'inquiétude du discours. Textes de Michel Pêcheux, choisis et présentés par D. Mالدردرد, Paris, Editions des Cendres, 1990.

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية

اسم المادة: " 1 " تشريعات العمل

الرصيد 1 :

المعامل 1 :

أهداف التعليم :تسمح للطالب من معرفة المفاهيم المتعلقة بالمؤسسة و اخذ صورة عن وظائفها و انواعها كما

تمكن الطالب من معرفة الاطار القانوني و التشريعي لقطاع العمل و الوظيفة العمومية في الجزائر

المعارف المسبقة المطلوبة : على الطالب أن يكون ملما بأبجديات القانون في المؤسسة و حقوق وواجبات

العمل الاداري

## محتوى المادة:

- ماهية المؤسسة

- مفهومها

- عناصر المؤسسة ووظائفها

- الفرق بين المؤسسة والمنظمة

- أنواع المؤسسة و أشكال تنظيم المؤسسة و شروطه

- البدايات الاولى لظهور القانون العمل و عوامل تطوره

- العوامل السياسية و الاقتصادية

- العوامل المهنية و الاجتماعية

- مصادر قانون العمل

- المصادر الداخلية و المصادر الدولية أو الخارجية-

- المصادر التفسيرية و المهنية

- نشأة و تطور قانون العمل في الجزائر-

- مرحلة ما قبل الاستقلال

- مرحلة ما بين 1962 1989

- مرحلة التحول إلى الاقتصاد الرأسمالي بعد 1990

- مقارنة بين علاقة العمل الاتفاقية و علاقة العمل في الوظيفة العمومية

- طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ ( يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

## المراجع: كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- جمال العيفة : مؤسسات الاعلام و الاتصال الوظائف الهياكل ، الادوار الجزائر 2010 -

- أحمد سليمان آليات تسوية منازعات العمل و الضمان الاجتماعي في القانون الجزائري 2005 -

- عبد السلام ذيب قانون العمل الجزائري و التحولات الاقتصادية دار القصبية للنشر 2003

- راشد راشد شرح علاقات العمل الفردية و الجماعية في ضوء القانون الجزائري الجزائر 1991 -

DERIEUX (E.), *Dictionnaire de droit des médias*, éd. Guide LÉGIPRESSE, 2004.DERIEUX (E.), *Droit des médias – Droit français, européen et international*, éd. L.G.D.J., coll. Manuel, 2008, DREYER (E.), *Droit de l'information – responsabilité pénale des médias*, éd. Litec, coll. Pratique professionnelle – responsabilité, 2002

عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الأول

اسم الوحدة :وحدة التعليم الأفقية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة : " 1 " اللغة الأجنبية

الرصيد 1 :

المعامل 1 :

أهداف التعليم :

تنمية قدرات الطلبة على الترجمة و الفهم الجيد للنصوص الاجنبية

المعارف المسبقة المطلوبة :

متحكم في أبجديات اللغة المبرمجة.

محتوى المادة:

يختار الطالب في هذه المادة بين لغتي الفرنسية والانجليزية، ويؤخذ بعين الاعتبار أن تكون

مفردات التدريب والتكوين والتلقين اللغوي له علاقة بالتخصص.مع تقديم نصوص متخصصة في

الاتصال السياسي و الاجتماعي بهدف مساعدة الطالب على التحكم في مصطلحات هذا التخصص

طريقة التقييم:مراقبة مستمرة

**عنوان الماستر : الاتصال العلاقات العامة****السداسي: الثاني****اسم الوحدة :وحدة التعليم الأساسية****الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:****اسم المادة : " 2 " التخطيط في العلاقات العامة****الرصيد: 5****المعامل: 2****أهداف التعليم :التحكم في تقنيات التخطيط و التحكم في تقنيات العلاقات العامة واستراتيجيتها.****المعارف المسبقة المطلوبة : أن يكون الطالب ملم بالاتصال التنظيمي و المؤسساتي.****محتوى المادة:**

يركز على تعريف الطلبة على المفاهيم الاساسية لتخطيط الاداري و كيفية وضعها و كذا اكساب الطلبة مهارات تصميم الخطط و السياسات الادارية في ظل الاجواء التنافسية السائدة تنمية قدرات الطلاب التحليلية باستخدام النظريات و المبادئ العلمية و أدوات التحليل لإدارات العلاقات العامة تمكين الطالب من آليات وإستراتيجيات التخطيط و التركيز على الاتصال الذي يروج و يحسن صورة المؤسسة.

- مفهوم التخطيط
- أهمية التخطيط
- العلاقات العامة كوظيفة تخطيطية
- تخطيط للعلاقات العامة
- مفهوم التخطيط للعلاقات العامة
- أسس نجاح التخطيط للعلاقات العامة
- استخدام وسائل الاتصال و الإعلام المناسبة
- تخطيط البرامج الوقائية:
- تخطيط البرامج العلاجية
- م ا رحل التخطيط في العلاقات العامة
- تحديد الأهداف البعيدة و الوسطى و القريبة
- إستراتيجية العلاقات العامة
- معوقات تخطيط برامج العلاقات العامة
- متطلبات التخطيط للعلاقات العامة و عناصرها
- أساليب الرقابة على الخطة الاستراتيجية للعلاقات العامة
- صعوبات التخطيط للعلاقات العامة و مشكلاته و كيفية علاجه
- العوامل المؤثرة في خطط العلاقات العامة
- إستراتيجيات العلاقات العامة في التعامل مع وسائل الاعلام
- إستراتيجيات العلاقات العامة في التعامل مع الجمهور الداخلي و الخارجي

**طريقة التقييم :امتحان كتابي + أعمال أخرى****المراجع: كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ**

- على عجوة، الاسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة 2000
- محمود يوسف، إدارة و تخطيط العلاقات العامة، الدار العربية للنشر و التوزيع 2008
- مهدي زويلف، العلاقات العامة النظرية و الاساليب، مكتب الفلاح، الكويت 1999
- محمد ناجي الجوهر، العلاقات المبادئ و التطبيقات المعاصرة، دار القيم، دبي 2004

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي : الثاني

اسم الوحدة :وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة : 3 مهارات الاتصال في العلاقات

الرصيد:5

المعامل:2

## أهداف التعليم :

تمكين الطالب في التحكم المعرفي في مفاهيم متشابهة ومعقدة كالإنصات وحسن التفكير ونعني بالمهارة القدرة على عمل شيء و هي درجة الكفاءة و الجودة في الاداء أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية و التنفيذ و الاداء بسهولة و من بين المهارات الضرورية لمن يتولى عملية الاتصال التحدث بمهارة وذلك باستخدام الجمل و الفقرات و طريقة صياغتها في التأثير على فهم المتلقي للرسالة.

**المعارف المسبقة المطلوبة :** معارف نظرية عن نظريات الاتصال حسن التحدث و الانصات و استغلال المعل ومات و ذلك لتمكين الطالب من استخلاص النتائج بسرعة و التي تساعده في اتخاذ القرارات.

## محتوى المادة: دراسة مفاهيمية وتطبيقية

- مفهوم و دور و أهداف الاتصال
- مفهوم و عناصر الاتصال الاداري
- مهام ووسائل و تصنيفات الاتصال
- مهارت الاتصال و فعاليتها
- مهارة الانصات.
- مهارة التفكير
- مهارة الحصول على المعلومات
- مقومات الاتصال في التعامل
- معوقات الاتصال
- طرق تحسين الاتصال

## طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة

## المراجع: كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ

- مي العبد الله سنو، الإتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات، ط 2 ، بيروت، دار النهضة العربية، 2001.
- نصير بو علي ، التلفزيون الفضائي وتأثيره على الشباب في الجزائر، عين مليلة، دار الهدى للطباعة، 2005 .
- نبيل علي ، الثقافة وعصر المعلومات، الكويت ، عالم المعرفة، 2001
- السعيد بومعيزة، الأثر السوسيوثقافي لتكنولوجيات الاتصال، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد14، 1996 .
- Jürgen Habermas, *L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Payot, Paris, 1997.
- Bernard Miège, *La Société conquise par la communication*, tomes 1 et 2, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble, 1996 (t.1) et 1997 (t.2).
- R. Sennett, *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, éd. du Seuil, 1979 (trad. de *The Fall of public man*, 1973).
- Virginie Picon-Lefebvre (sous la direction de), *Les espaces publics modernes, situations et propositions*, Le Moniteur, Paris, 1997.
- Eric Charmes, *La rue : village ou décor ?*, Grâne, Créaphis, 2006.
- Tabin, J.-P., Knüsel, R. & Ansermet, C. (2014). *Lutter contre les pauvres. Les politiques face à la mendicité dans le canton de Vaud*. Lausanne : Éditions d'En bas.

**عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة**  
**السداسي: الثاني**  
**اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية**  
**الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:**  
**اسم المادة: 4 الاتصال الاقناعي والحجاجي**  
**الرصيد: 5**  
**المعامل: 2**

**أهداف التعليم:** تمكين الطالب من التعرف على ابجديات التحوار و التواصل المبني على الحجج لتمكينه من التحكم في أساسيات الاقناع

**المعارف المسبقة المطلوبة:** على أن يكون الطالب مدركا لأسس الاتصال الاقناعي والحجاجي.

**محتوى المادة:** تبين اهمية إعداد الفرد الصالح و تربيته على احترام الرأي الاخر وعلى المحاججة الايجابية

- الاتصال الاقناعي والحجاجي.
- مفهوم الاتصال.
- مفهوم الاقناع.
- مفهوم الاتصال الاقناعي
- الحجاج و الاتصال.
- مفهوم الحجاج
- خصائص الحجاج ومجالاته
- الحجاج في الاتصال
- مقاربات الحجاج.
- المقاربات البلاغية.
- المقاربات المنطقية المقاربات اللسانية
- آليات الحجاج و الآليات البلاغية و الآليات المنطقية و الآليات اللسانية
- ترتيب اجزاء القول و مسار المحاججة في الخطاب: الاطروحة/ الادلة/ التبيان /النتيجة
- أساليب الاقناع.

**طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى

**المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

- روبات سالديني: التأثير في وسائل الاقناع، ترجمة سعد جلال، دار الفكر العربي، القاهرة ،
- عبيدات محمد ابراهيم: التسويق الاجتماعي، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، الاردن
- عماد مكاوي حسن وليلى حسين السيد الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط2 .
- فؤاد كامل وآخرون: الموسوعة الفلسفية المختصر . بيروت القلم ب.ن
- محمد إبراهيم الاتصال والسلوك الإنساني ، البيطاس سنتر للنشر والتوزيع ، الإسكندرية
- 1999 .
- محمد إبراهيم عبيدات: التسويق الاجتماعي الجامعة الأردنية، الطبعة الأولى ، دار وائل
- للنشر. 2004
- محمد الجدوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال . دار المعرفة الجامعية
- الإسكندرية. 1992

Henry Porline :L'argumentation ecrite : expression et communication Paris Hachette Larousse 1983

Jean blaisse grise : L'argumentation :explication ou seduction paris •

## عنوان الماستر: الاتصال والعلاقات العامة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة : 1 ملتقى المنهجية

الرصيد: 4

المعامل: 2

**أهداف التعليم :** الهدف من هذا الملتقى هو إتاحة الفرصة للطلبة لتقديم مشاريع بحوثهم والتي يشكل الملتقى، فرصة لهم لمناقشتها مع زملائهم ومع الأستاذ المنشط لهذا الملتقى.

**المعارف المسبقة المطلوبة :** أن يكون الطالب له دراية بمناهج البحث.

**محتوى المادة :** مناقشة المشاريع البحثية للطلبة.

**محتوى المادة:**

- مفهوم العلم و البحث العلمي
- مراحل تطور البحث العلمي
- خصائص البحث العلمي
- خطوات البحث العلمي
- بعض مناهج البحث العلمي
- المناهج الوصفية
- المنهج التجريبي
- خطوات البناء النظري للبحث
- اختيار عنوان البحث
- تحديد المشكلة
- الفرضيات المفاهيم الدراسات السابقة
- الاجراءات الميدانية للبحث العلمي
- المعاينة، الملاحظ، المقابلة.
- عرض البيانات
- عرض نتائج البحث العلمي.
- كيفية تقديم مشروع بحث.

**طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى

**المراجع:** كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ

- أحمد بن مورسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2 - ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2005
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر ط 2 - ، الجزائر، 2006
- شفيق - محمد، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية ،، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي ، الإسكندرية، 1998
- ر. ويمر و ج. دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح خليل أبو أصبع. صبرا للطباعة و النشر، دمشق. 1989
- غيفليون و ب. ماتالون :البحث الاجتماعي المعاصر مناهج و تطبيقات، ترجمة علي سليم، وزارة الثقافة و الإعلام، بغداد، 1986

**عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة****السداسي: الثاني****اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية****الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:****اسم المادة: 2 المقاربات الكمية النوعية في البحوث الاجتماعية****الرصيد: 3****المعامل: 2**

**أهداف التعليم:** تعريف الطالب بهذه المقاربات وتطبيقاتهما المختلفة في حقل الاعلام والاتصال والحقول الاجتماعية الأخرى.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** يحتاج الطالب إلى الخلفية النظرية والمنهجية التي يكون قد تعلمها من مرحلة الليسانس.

**محتوى المادة:** هذه المادة نركز فيها على النماذج الامبريقية التي تعتمد المقاربة الكمية والنوعية لمختلف الظواهر المدروسة والتي توظف الإحصاء كحقل علمي يسهم في تنظيم وتصنيف وترتيب البيانات في شكل جداول بسيطة ومركبة.

- الفرق بين المقاربة والمنهج والأسلوب والاداة .
- الفرق بين المقاربتين الكمية والكيفية:
  - أ. الفروق المفاهيمية.
  - ب. الفروق المعرفية.
- الفروق المنهجية والأداتية بين المقاربتين الكمية والكيفية.
  - أ. الفروق في الخطوات الإجرائية.
  - ب. الفروق في الأهداف.
  - ت. الفروق في استخدام الأدوات.
  - ث. الإحصاء في البحوث الكمية.
- البراديجمات المسيطرة في علوم الاعلام والاتصال وعلاقتها بالمقاربتين الكمية والكيفية.
- نماذج من المناهج والأدوات البحثية من المقاربتين الكمية والكيفية.
  - أ. تحليل المضمون.
  - ب. تحليل الخطاب.
  - ت. التحليل السيميولوجي.
  - ث. المنهج الإثنوغرافي.
  - ج. نماذج أخرى.

**طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة

**المراجع ( كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

**قائمة المراجع:**

عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. دار المسير للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.

-موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية. تر /بو يد صحراوي وآخرون ، دار القصبه للنشر، الجزائر.

- ريمون بودون: مناهج علم الاجتماع. منشورات عويدات، بيروت، 1980 -

- كمال عبد الحميد يتون: تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونيا. عالم الكتب، القاهرة ، 2006 -

- خميس عم الله : مناهج البحث وأدواته في العلوم الاجتماعية. مركز النشر الجامعي، تونس، 2004 -

- عرابي عبد القادر: المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية . دار الفكر، دمشق، 2007 - ،ص. 43



- عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2009 -
- De KETELE Jean-Marie et ROEGIERS Xavier, Méthodologie du recueil d'informations, Ed Expérimentale, De Boeck-Bruxelles, 1991 .
- DESLAURIERS Jean-Pierre, Les méthodes de la recherche qualitative, Presses de l'Université de Québec, 1988.
- BLANCHET Alain, GOTMAN Anne, de SINGLY François : L'Enquête et ses méthodes , l'entretien, Paris : Nathan Université 1992
- Madelaine Grawitz,méthodes des sciences sociales ,9e édition, Dalloz,paris,1993

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة: 1 تصميم الحملات

الرصيد 1 :

المعامل 1 :

**أهداف التعليم:** تهدف إلى مد الطالب بأساليب إعداد حملات بصفة عامة و التطرق إلى الحملات الاجتماعية الانتخابية و كذا الخاصة بالعلاقات العامة مع التركيز على تمكينه من معرفة أهمية الحملات و أسباب ظهورها و أسباب فشلها و إعداده لتلافي أوجه القصور في تصميمها.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** أن يكون الطالب قد اكتسب مهارات و معارف في : مناهج إعداد الحملات و أدواتها ، والعناصر الأساسية في إنجاز الحملات و القدرة على بلوغ الاهداف المسطرة التي سطرت من أجلها الحملات.

**محتوى المادة:** هي مادة تطبيقية بالأساس بمعنى أن توجه الطلبة سيكون على الميدان و ذلك بإعطاء أمثلة من البيئة المحلية و التي تعرض ممارسات حية لحملات تسويقية عالجت قضايا محلية في المنطقة التي يعيش فيها ، كما يتم في هذه المادة تكليفهم بتقسيم المجتمع إلى أقسام فرعية من أجل توجيه الحملات معتمدين على دور وسائل الاعلام و دور كلمة الفم في نجاح حملاته.

تتمحور خطة المادة في:

- تعريف الحملات و أهميته
- تحديد أهداف الخطة
- برمجة الحملات
- خطوات الحملات
- التنفيذ المتابعة و التقييم
- تقييم الاداء و تقييم الاثر
- إعداد و تنظيم المؤتمرات و العلاقات العامة
- عوامل النجاح و اسباب الفشل للحملات
- علاقة الحملات بالوسائط الجديدة

**طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى

المراجع ( :كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

ماك غاير، الأسس النظرية للحملات، ترجمة السعيد بومعيزة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد .

1994،12

م محمد ابراهيم عبيدات : التسويق الاجتماعي دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع 2004 -

- Michel Le NET, L'Etat Annonceur, techniques, doctrine et morale de la communication publique sociale : édition Organisation, Paris, 1982.

- Michel Le NET, La Communication Publique, pratiques des campagnes d'information publique, édition la Découverte, Paris, 1990

حسن عماد مكايي :أيلي حسين السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللسانية.

جيهان أحمد رشتي :الأسس العلمية لنظرية الإعلام، القاهرة دار الفكر العربي 1978

محمد ديقان، الاتصال الإقناعي مدن خلال فن الخطابة ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم

الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2000/1999

- ماك غاير :الأسس النظرية للحملات .ترجمة سعيد بومعيزة :المجلة الجزائرية للاتصال العدد 11 ، 12 ، 1995
- سمير محمد حسين :الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، ط1 ، عالم الكتب، القاهرة،1984
- ديل كارنيجي :التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة :ترجمة رمزي ننسي وعزت فهيم صالح :دار الفكر العربي،القاهرة ،دون سنة
- روبرت سيالديني :التأثير ووسائل الاقتناع ،ترجمة سعيد جلال ،دار الفكر العربي ، القاهرة .
- الجواد عبد الجواد :دور حملات الاتصال في تغيير السلوك الانساني ، مجلة النجاح للأبحاث ، ع 2 المجلد 20،2002
- فؤاد عبد المنعم البكري : التسويق الاجتماعي و تخطيط الحملات الاعلامية ، عالم الكتاب، القاهرة
- صفوت العالم : الاتصال السياسي و الدعاية الانتخابية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ،2005
- بوخيزة نبيلة : تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية ، دراسة نظرية، أطروحة دكتوراه دولة في الاعلام و الاتصال ، 2007 ، الجزائر
- Demont. A Kempf Mrapidel. C- scibetta: communication des entreprises ;strategie et pratique Armand collin 2005.
- Denis lindon le marketing publique et sociale, Dallog gestion marketing. Collection dirigée par Jacques lendrevie1976
- Ernest Dishter: le management qualitatif communication et Motivations Berti édition Alger 1991
- Henry Joannis: L'Etude de Motivation à la Création et à la Promotion des Ventas, 3eme édition Dunod ; Paris 1976.P:121.
- George Lewi: La Marque- éd. Librairie Vuibert 1999.P97
- Lendrevie et Lindon: Mercator, Théorie et Pratique du Marketing Dalloz 2000, P:124
- Gerry Johnson : Stratégique 7eme édition pearson édition France 200.P:29
- Jacque Lendrevie, Denis Lindon: Le Mercator 5eme édition Dalloz, Paris. 1997. p:13

**عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة****السداسي: الثاني****اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية****الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:****اسم المادة: 2 تكنولوجيا الاتصال والفضاء العمومي****الرصيد 1:****المعامل 1:**

**أهداف التعليم:** تكنولوجيا الاتصال والفضاء العمومي: تمكين الطالب في التحكم المعرفي في مفاهيم متشابهة ومعقدة مثل الفضاء العمومي والاتصال المؤسساتي، العلاقات العامة وأهم التقاطعات بينها أين يتم النقاش المجتمعي للقضايا العمومية بكل تعقيداتها و تعريف الطالب بالفاعلين السياسيين والاقتصاديين والثقافيين الناشطين في الفضاء العمومي، طبقة سياسية، مجتمع مدني، وسائل الإعلام، مؤسسات اقتصادية وخدماتية مؤسسات ثقافية.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** أن يكون الطالب على دراية بمفهوم الفضاء العمومي و ظروف نشأته و ربطه

المعارف المسبقة المطلوبة: معارف نظرية عن نظريات الاتصال.

**محتوى المادة:** دراسة مفاهيمية وتطبيقية لمفهوم الفضاء العمومي والاتصال العمومي والاتصال المؤسساتي وعلاقات الترابط والتقاطع وكذا توضيح علاقة الفضاء العمومي بحرية الاعلام والتعبير و التفكير العقلاني الذي يشجع على الاستدلال بالمنطق وقوة الحجة مع التركيز على ضرورة إدراك الطالب على ان الحرية واسعة ولا يحدها سوى حدود حرية الغير وقيود الفضيلة والأخلاق، فهي مسؤولية تتطلب ممارستها عقلا واعيا يحترم مصالح الغير وحقوقهم ومتطلبات المجتمع والسلطات في سبيل المصلحة العامة. " وبميلاد شبكة الانترنت وتزايد دورها الاتصالي واندفاع مواقع التواصل الاجتماعي في ذلك الحدود الفاصلة بين ما هو عام وما هو خاص، و تغيير الممارسة السياسية وتوسيع نطاقها لا بيد على الطالب أن يدرك مفهوم الفضاء العمومي الذي اكتسب أهمية محورية في علوم الإعلام والاتصال، وأن نبرز أهمية النقاش وبشكل أكثر حدة، حول العلاقة بين الفضاء العمومي، والفضاء السياسي، والفضاء الإعلامي. في ظل وتباين المواقف بين من يرى أن هذه المواقع ستكون معولا للقضاء على الفضاء العمومي بنتشيتها وسلب حيويته وإفراغه من جوهره: النقاش والاستخدام العلني للحجة، ومن يرى أن مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل فرصة تاريخية للقضاء على النزعة الإقصائية التي اتسم بها الفضاء العمومي البرجوازي في الغرب، وإخراجه من الأزمة التي قاده إليها تكلس الأحزاب السياسية و"انحرافات وسائل الاتصال الجماهيري" عن دورها الإخباري والتنويري. فمواقع التواصل الاجتماعي تدعو إلى إعادة قراءة مفهوم الفضاء العمومي من منطلقات سوسيولوجية واتصالية وعدم النظر إليه من الزاوية السياسية فقط. فبين تراجع مفهوم الفضاء العمومي الهابرماسي وضرورة إعادة قراءته على ضوء الممارسات الاتصالية التي تتيحها مواقع الشبكات الاجتماعية يطرح السؤال عن وضع الفضاء العمومي في السياق الجزائري، إن افترضنا وجوده، في ظل تزايد استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

مدخل عام للتكنولوجيا الإعلام و الاتصال

- الفضاء الالكتروني
- مجتمع المعلومات و المعرفة
- الفضاء الهابرماسي
- الشبكات الاجتماعية كفضاء عمومي
- الوسائط الجديدة و الفضاء العمومي
- الفضاء العمومي الهابرماسي و الشبكات الاجتماعية
- التطبيقات التكنولوجية للفضاء العمومي الالكتروني

- الواقع الافتراضي و منتديات النقاش كفضاء عمومي
- المواقع السياسية الالكترونية كفضاء للنقاش العمومي
- الجزائر و التطبيقات التكنولوجية في إطار الفضاء العمومي
- طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى**
- المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**
- أحنيا ن أحمد عبد الحميد: تطور في برامج الوسائط المتعددة، أفق الإنترنت السنة الثانية عشر، العدد الحادي عشر، فبراير، 1999
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، \_\_ إستراتيجية التوثيق والمعلومات وخطة العمل المستقبلي، تونس، 1998 - ،
- الحسيني ، سليمان بن سالم 1430 - ( هد " ) الثابت و المتغيرات في مجتمع المعرفة " ، ندوة الإسلام و مجتمع المعرفة ، مركز السلطان قابوس للثقافة الإسلامية ، مسقط ، عمان 5 - 4 ربيع الأول.
- الخليلي طارق سيد أحمد : معجم مصطلحات الإعلام ، انجليزي عربي ، ط1 - - ، دار المعرفة الجامعية ، 2008 .
- أبو مفايض يحي محمد علي : الحكومة الإلكترونية في المؤسسات العامة بالمملكة العربية السعودية الرياض 2004 - .
- الطعامة محمد محمود و طريق شريف العلوash : الحكومة الالكترونية و تطبيقاتها في الوطن العربي ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، 2004 .
- أبو عزة ، عادل حماد : التحديات المستقبلية في تطبيق مفهوم إدارة إجراءات العمل في مبادرات الحكومة الإلكترونية، مجلة العالم الرخي- العدد 185 ، 2006 .
- احمد النادي نور الدين و آخرون : الإعلان التقليدي و الالكتروني ، ط 1 - ، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ، عمان ، 2011 .
- إيمان محمد الغراب : التعلم الالكتروني مدخل إلى التدريب التقليدي ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، 2003 - .
- هشام محمد فريد رستم :قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات، ط1 - ، مكتبة الآلات الحديثة، أسبوط، 1992 .
- لعقاب محمد :الانترنت وعصر ثورة المعلومات، الجزائر، دار هومة، 1999 - .
- لعقاب محمد :وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، ط 1 - ، دار هومة للنشر والتوزيع، بوزريعة، الجزائر.
- مكايي حسن عماد :تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط3 - ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مارس. 2003
- زايري بلقاسم ودلوباشي علي : طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات- ودورها في التنمية الاقتصادية ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة 8 - 6 أيار\_ مايو. 2002 )
- سعيد عبد اللطيف حسن :إثبات جرائم الكمبيوتر، ط1 - ، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999 .
- سامي عبد العزيز و آخرون : فن الإعلان ، مطبعة مركز جامعة القاهرة المفتوح ، 2002 - .
- سيد ربيع سيد :محررات بحث الوسائط المتعددة :المفهوم، الأداء، الأنواع، 7 - ديسمبر ، 15 جانفي 2005 .
- حسين فاروق سيد : الكوابل :الأوساط التراسلية والألياف الضوئية، دار المراتب الجامعية، بيروت، - 1990 .
- كاظم نجاح :العرب وعصر العولمة، المعلوماتية البعد الخامس، ط1 - ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، 2002 .

- عدي محمد عبد المنعم : مرتكزات اقتصاديات توظيف المستجدات التكنولوجية في مجال التعليم، مجلة تكنولوجيا التعليم، الكتاب- الثاني، بحوث المؤتمر العلمي الخامس لجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، أكتوبر 1997 .
- فتح الباب عبد الحليم سيد: نحو أفضل فهم لتكنولوجيا التعليم :الوسائط المتعددة في حجرة الدراسة تكنولوجيا التعليم ، دراسات وبحوث، المجلد الخامس،. 1995

عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة: 1 اللغة الأجنبية

الرصيد 1:

المعامل 1:

أهداف التعليم: توظيف اللغات الأجنبية في البحث والممارسة المهنية مستقبلا.

المعارف المسبقة المطلوبة: أن يكون الطالب متحكما في اللغات الأجنبية.

قواعد اللغة الأجنبية / الإحاطة بمعالم الاتصال السياسي و الاجتماعي / بيبليوغرافيا المراجع

الأجنبية المتعلقة

بالجزائر

يترك الاختيار للطالب / بين الفرنسية والإنجليزية.

محتوى المادة:

تدريب الطلبة على تقديم عروض بالفرنسية حول التخصص ورصد الرؤية الغربية له.

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة .

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة: 1 الاشهار

الرصيد: 5

المعامل: 2

**أهداف التعليم:** تزويد الطالب بآليات قراءة وتفكيك الرسائل والخطابات الاشهارية ذات الطبيعة التجارية أو السياسية أو التي تندرج تحت مفهوم المنفعة العامة.

Ce cours vise à familiariser les étudiants et les étudiantes avec l'industrie de la publicité et ses méthodes. Plus précisément, ce cours tente de développer chez les étudiants et les étudiantes la capacité de planifier, de concevoir et de diffuser des messages ainsi que de développer une réflexion critique sur ces pratiques.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** أن يكون الطالب ملم بنظريات الاتصال المؤسساتي.

**محتوى المادة:** تعريف الطالب بوظيفة الاشهار التسويقي التجاري والتسويق الاجتماعي والتسويق

السياسي والإعلان وخاصة تزويده بمعلومات عن استراتيجيات المؤسسات الاقتصادية والإدارات

العمومية بما فيها المرفق العام في الترويج لسياساتها وبرامجها

- تعريف الاشهار ، عناصر لاتصالية ، و أهدافه
- الاشهار و الاشكال الاتصالية الاخرى
- الفرق بين الاشهار و فروع الاتصال
- علاقة الاشهار بالعلوم الاخرى
- التطور التاريخي لميكانزمات العملية الاشهارية
- من الاعلان إلى بدايات الاشهار
- مرحلة التأسيس العلمي للاشهار
- الابعاد الأساسية للاشهار
- البعد الاقتصادي/ النفسي/ الثقافي و الاجتماعي
- آليات التأثير و الاقناع الاشهاري
- التسويق التجاري
- دراسة الجمهور المستهدف
- الاستراتيجية التسويقية
- الخطة الاتصالية الاستراتيجية الاشهارية
- الترويج
- الابداع الاشهاري
- إعداد الرسالة الاشهارية في وسائل الاعلام
- دراسة الوكالات الاشهارية و تطورها
- التحليل السيميولوجي للصورة و الملصق الاشهاري
- تصميم حملة اشهارية

**طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى

**المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

- إحسان عسكر ، الاعلان ، دار النهضة العربية القاهرة د.ت



- ألان ال الريد ، فن البيع التطبيقي الحديث ، تر محمد بدر الدين خليل دار المعارف القاهرة 1971 -
- خليل صابات ، الاعلان تاريخه ، اسسه ، قواعده، فنونه ، أخلاقه مكتبة الانجلو المصرية القاهرة 1969 -
- Jacques Lendrevie Mercator : 198 - القاهرة ، الكتب عالم ، الاعلان مبادئ ، مرعي درويش :  
Théories et nouvelles pratiques du marketing Editeur Dunod 2009 Philip Kotler Broché  
Marketing Management 14e édition Dunod 2009 Jacques Lendrevie et Arnaud de Baynast,  
*Publicitor : La communication 360° on line off line*, Paris, Dunod, 2008, 7e éd., 669 p. (ISBN  
978-2-10051-972-9) Avec la collaboration de Catherine Emprin. Henri Joannis et Virginie de  
Barnier, *De la stratégie marketing à la création publicitaire : Magazines, Affiches, TV/Radio,  
Internet*, Paris, Dunod, coll. « Fonctions de l'Entreprise », juin 2005, 2e éd., 473 p., broché  
(ISBN 978-2-10007-382-5) Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin et Christophe Bénaroya,  
*Pentacom : Communication : théorie et pratique*, Paris, Pearson Education, coll. « Marketing /  
Vente », septembre 2005, 760 p. (ISBN 978-2-74407-120-1) Claude Cossette et Nicolas  
Massey, *Comment faire sa publicité soi-même*, Montréal, Transcontinental, septembre 2002,  
3e éd., 343 p. (ISBN 978-2-89472-198-8) Nathalie Blanc et Julien Vidal, *Publicité et  
psychologie*, Paris, In Press, coll. « Concept-psy », septembre 2009, 150 p. (ISBN 978-2-  
84835-172-8) Thomas Rouchié, *Lire et comprendre la publicité*, CLEMI/Retz, coll. «  
Pédagogie pratique », 2000, 136 p. (ISBN 978-2-72561-065-8) François Bernheim, *Guide de  
la publicité et de la communication*, Paris, Larousse, coll. « Totem », octobre 2004, 336 p.,  
broché (ISBN 978-2-03505-275-9) Jean-Marc Buret, "Mâche ta pub avant de l'avalier" -  
Décortiquons la communication publicitaire, CentMilleMilliards, Mars 2013, (ISBN 109-1-  
60104-6)

**عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة****السداسي: الثالث****اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية****الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:****اسم المادة: 2 الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة****الرصيد: 5****المعامل: 2****أهداف التعليم:**

تسمح للطالب من تسهيل الحصول على معرفة دقيقة و متقدمة في مجال الثقافة الاتصالية ويقدم فهما أعمق لدور الثقافة الاتصالية في إستراتيجيات الاتصال للمؤسسة و كذا توظيف العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة " اقتصادية إدارية مرفق عام .

**المعارف المسبقة المطلوبة:** أن يكون الطالب ملم نظريات الاتصال المؤسساتي بمقاربة ثقافة المؤسسة.

**محتوى المادة:**

التفكير على مدى تعقد العلاقة الموجودة بين الثقافة الاتصالية و الصورة التي يتناقلها أعضاء المؤسسة بالإضافة إلى دراسة نشاط مديرية الاتصال التي من بين مهامها التركيز على وظيفة العلاقات العامة التي ترمي إلى تحسين الثقة والتفهم من جهة ومن جهة أخرى تحسين العلاقات مع الجمهور

- مفهوم الثقافة الاتصالية
- مداخل عامة للثقافة الاتصالية الفعالة
- أسس بناء الثقافة الاتصالية في المؤسسة
- نظام الاتصال أهميته
- أنواع الاتصال المؤسساتي و خصائصه
- أساليب الاتصال الفعال
- شبكات الاتصال داخل المؤسسة
- أهمية الاتصال في العمل الإداري
- الاتصال الجيد و تأثيره على الانتاجية
- دور الثقافة الاتصالية الجيدة في ارساء العلاقات الانسانية
- تأثير الإدارة في خلق مناخ تواصل جيد
- متطلبات الاتصال الفعال

**طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى****المراجع:** (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- جميل أحمد توفيق : إدارة أعمال مدخل وظيفي ، الدار الجامعية الاسكندرية
- محمد فريد الصحن إدارة الاعمال ، الدار الجامعية الاسكندرية 1997
- منال محمود طلعت أساسيات في علم الإدارة : المكتب الجامعي الحديث الاسكندرية 2003
- غريب عبد السميل غريب:الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، . 2004
- غريب محمد سيد أحمد: علم الاجتماع الإتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية 1996
- Annie Batroli :communication Et Organisation ,Edition dorganisation ,Paris ,1999 .
- Compion(J.I) :Organisation ;Edition , Universite,Paris,1996 .
- Francis Vanoye :Expression communication ,colin ,Paris,1973 .
- Pierre Lovart :Gestion des ressources humaines ,collection gestion ,Edition everolles ,university ,Paris,1991

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة : 3 الاتصال وتسيير الأزمة

الرصيد: 5

المعامل: 2

**أهداف التعليم:** تمكين الطالب من معرفة أن السلطة الحقيقية تكمن في السيطرة والتحكم في الاتصال و على قدرتها على إحباط السيطرة المضادة لها إذن الهدف الاساسي هو التحكم في اليات إدارة الأزمة من الناحية الاعلامية والاتصالية في علاقاتها بالرأي العام.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** أن يكون الطالب قد اكتسب معارف في أهمية الاتصال في تسيير الازمات ، معرفة حقول المعرفة التي تتقاطع مع الموضوع.

**محتوى المادة** الهدف من هذه المادة هو تمكين الطالب من التعرف على آليات إدارة وتسيير مختلف الأزمات التي تواجه المؤسسات المجتمعية " نزاعات و صراعات و كيفية توظيف الاتصال كآلية في التخفيف من حدة الأزمات وتفضيل الحوار. فوظيفة العلاقات العامة لا تتضح تماما إلا عندما تواجه المؤسسات الخاصة والعامة الحكومية و غير الحكومية أزمة ما تهدد وضعها و مقدرتها على العمل و المنافسة أو تهدد وجودها ذاته و قدرتها على البقاء.

- تحديد المفاهيم
- الازمة /الاتصال
- مدخل عام حول اتصال الأزمات
- مفهوم الأزمة
- تعريف الأزمة
- أنواع الازمات
- أسباب حدوث الأزمة
- إدارة الازمات
- طريقة التعامل مع الازمة
- تشخيص الازمة
- خطوات التعامل مع الازمة
- مبادئ المواجهة
- مفهوم الاتصال
- مبادئ الاتصال
- مهام الاتصال
- عوامل فعالية الاتصال
- إدارة اتصال الأزمات
- المؤسسة :عنوان الماستر 50
- السنة الجامعية
- الاتصال في مواجهة الازمات
- دور الاتصال قبل و أثناء و بعد الازمة
- مواجهة الحملات المعادية و الشائعات
- النجاح أثناء الازمات
- معوقات الاتصال الازماتي .

**طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + بناء نظام للمعلومات  
المراجع ( :كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

- عباس رشدي إدارة الازمات في عالم متغير ، القاهرة الازمات للنشر 1993
- عثمان عمان مواجهة الازمات القاهرة مصر العربية للتوزيع 1995
- الخضير محسن احمد ، إدارة الازمات القاهرة مكتبة مدبولي 1990
- مصطفى حجابي ، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارية ، المؤسسة الجامعية لدراسات النشر والتوزيع ، بيروت الطبعة
- يسن عامر ، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها ، دار المريخ للنشر
- محمد محمد الطنوبي ، نظريات الاتصال ، جامعة الإسكندرية . 2001
- حسن عماد مكاوي الاعلام و معالجة الازمات ، المكتبة الاعلامية ، الدار المصرية اللبنانية ، 2005
- احمد ماهر كيف ترفل مهاراتك الإدارية في الاتصال ، الدار الجامعية ، الإسكندرية . 1997
- أديب خضور الاعلام و الازمات دار الايام دم م للطباعة و النشر و التوزيع 1999
- Daniel Bougnoux, *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2011 (ISBN 2707137766)
- Daniel Bougnoux, *Sciences de l'information et de la communication*, Paris, Larousse, coll. Textes essentiels, 2010 (ISBN 2037410107)
- Daniel Bougnoux, *La communication par la bande. Introduction aux sciences de l'information et de la communication*, Paris, La Découverte, 2012 (ISBN 2707128678)
- Eric Dacheux, *Les sciences de l'information et de la communication*, Paris, CNRS, coll. Les essentiels d'Hermès, 2009 (ISBN 2271068738)
- Bernard Miège, *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en plus, 2009 (ISBN 2706112948)
- Jean-Michel Salaün, *Introduction aux sciences de l'information*, Paris, La Découverte, coll. Grands Repères, 2010 (ISBN 2707159336)
- Robert Boure, *Les origines des sciences de l'information et de la communication*, Septentrion, coll. Communication, 2011 (ISBN 2859397450)
- Alex Mucchielli, *Les sciences de l'information et de la communication*, Paris, Hachette, coll. Les Fondamentaux, 2010 (ISBN 2011457149)
- Manuel Castells COMMUNICATION ET POUVOIR Éditeur : MAISON DES SCIENCES DE L'HOMME (MSH) 2013

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة: 4 صورة المؤسسة والاتصال الشامل

الرصيد: 5

المعامل: 2

**أهداف التعليم:** تمكين الطالب من الوقوف عند أهمية الصور التي تحاول المؤسسة بناءها و تلميعها عن طريق الاتصال المؤسساتاتي وعبه لا بد من تمكين الطالب في التحكم في مكونات صور المؤسسة كيف تتحكم المؤسسة في صورتها و جعلها ايجابية و منسجمة مل أهدا المؤسسة الاتصالية.

توظيف العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة " اقتصادية إدارية مرفق عام

**المعارف المسبقة المطلوبة:** التحكم في نظريات الاتصال وسيرورة العملية الاتصالية. و علاقتها بالصورة المروجة من قبل المؤسسة

**محتوى المادة:** يشرح كل اساسيات الاتصال التي من شأنها ان ترسم صورة ايجابية عنها و بلوغ الصورة المرغوبة و تصحيح الصورة المدركة من قبل الجماهير.

- وسائل الاتصال العامة دورها في تكوين الصورة عن المنظمة
- أساسيات الصورة
- مفومها و تاريخ تطورها
- المفاهيم القريبة من مفهوم الصورة و الحاملة لها
- العلامة
- الشهرة
- التموقع و الهوية
- علاقة الصورة بالهوية و التموقع
- مكونات و خصائص الصورة
- تكوين الصورة
- أهمية الصور
- تقييم الصورة
- دور الاجواء العامة داخل المؤسسة وشكلها الخارجي في نقل صورة المؤسسة
- أبعاد الصورة
- عملية تشكيل الصورة للمنظمة
- شروط وأهداف بناء استراتيجية للصورة
- نظرية ادارة الصورة
- شروط ادارة الصورة
- التحديات التي تواجه إدارة الصور
- المسار الاستراتيجي للاتصال الشامل
- سوق المؤسسة و الاتصال
- معرفة السوق سلوك المستهلك
- وسائل الاتصال
- الوسائل الكبرى
- الصحافة الملصقات الراديو التلفزيون السينما

- الميديا الجديدة
- الترويج
- وسائل الاتصال الحديثي
- الرعاية والمسئولية
- العلاقات العامة و العلاقات مع الصحافة
- الصالونات المعارض
- تقنيات الاتصال الداخلي
- وظائف الاتصال الداخلي

### طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى

### المراجع ( كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- أبو قحف عبد السلام : هندسة الاعلان و العلاقات العامة و تطبيقاتها جامعة بيروت 2000
- البخشوانجي حمدي عبد الكارس : العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث الاسكندرية 2001
- الجوهرى محمد محمود الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة مكتبة الانجلومصرية مصر 1971
- الدليمي عبد الرواق محمد الدخلى إلى العلاقات العامة الثقافة عمان 2011
- الزهرى محمد محفوظ العلاقات العامة مشكلات و حلول 2004
- الصحن محمد فريد : العلاقات العامة لين المبادئ و التطبيق الدار الجامعية لطبع و النشر و التوزيع مصر 2002 2003
- العدوي فهمي محمد : مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان 2001
- Jacques Lendrevie Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing Editeur Dunod 2009
- Philip Kotler Broché Marketing Management 14e édition Dunod 2009 Jacques Lendrevie et Arnaud de Baynast, *Publicitor : La communication 360° on line off line*, Paris, Dunod, 2008, 7e éd., 669 p. (ISBN 978-2-10051-972-9) Avec la collaboration de Catherine Emprin.
- Henri Joannis et Virginie de Barnier, *De la stratégie marketing à la création publicitaire : Magazines, Affiches, TV/Radio, Internet*, Paris, Dunod, coll. « Fonctions de l'Entreprise », juin 2005, 2e éd., 473 p., broché (ISBN 978-2-10007-382-5)

## عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة: 1 إعداد مذكرة

الرصيد: 4

المعامل: 2

**أهداف التعليم:** تمكين الطالب من ولوج حقل البحث العلمي باقتراح مذكرة تخرج وانجازها ومناقشتها أمام لجنة التحكيم يتوج بها الطالب مساره التعليمي.

**المعارف المسبقة المطلوبة:** التحكم في المنهجية

**محتوى المادة:**

يقترح الطالب مشروع بحث يوافق عليه الاستاذ المشرف على المذكرة ، ويعرض على لجنة التكوين للحصول على الموافقة النهائية ، يعمل الطالب على توظيف معارفه النظرية والعملية بالإضافة إلى استغلال المراجع والمصادر التي يوفرها القسم لتمكين الطالب من اتمام مشروعه في الآجال المحددة.

**طريقة التقييم:** مناقشة المذكرة أمام لجنة علمية .طريقة التقييم :امتحان كتابي + أعمال أخرى

**المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

- أحمد بن مورسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2 - ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر ط 2 ، الجزائر، 2006
- شفيق محمد، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998
- عبد - الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 1993
- موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة : بوزيد صحراوي وآخرون ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2004
- عثمان حسن عثمان ، المنهجية في كتابة البحوث و الرسائل الجامعية ، دار المعارف ، القاهرة ، 2000
- معن خليل عمر ، الموضوعية و التحليل في البحث الاجتماعي ، دار الآفاق ، بيروت ، 1983
- عبيدات ذوقان و آخرون ، البحث العلمي : مفهومه و أدواته و أساليبه ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان ، د . ت
- إحسان محمد الحسن ، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي ، دار الطليعة ، بيروت ، 1986
- علي عبد الرزاق جلبي ، تصميم البحث الاجتماعي : الأسس و الاستراتيجيات ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 1985

Mucchielli Roger , L analyse de contenu des documents et de communications , 6ed , les éditions sociales françaises , Paris , 1988

Maurice Angers , Initiation pratique a la méthodologie des sciences sociales , Casbah , 1997 .

## عنوان الماستر :الاتصال و العلاقات العامة

السداسي :الثالث

اسم الوحدة :وحدة التعليم المنهجية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة : 2 إنتاج واعداد مواد العلاقات العامة

الرصيد:3

المعامل:2

## أهداف التعليم :

الهدف من هذا الملتنقى هو تعريف الطالب بتقنيات انتاج و اعداد مادة العلاقات العامة ، وتدريبه على التحكم في أدواته و تقنياته ، و توجيه أفكاره و صقلها بشكل يضمن إعداد منتوجات اتصالية متميزة .  
إتاحة الفرصة للطلبة لتقديم مشاريع بحوثهم والتي يشكل الملتنقى فرصة لهم لمناقشتها مع زملائهم ومع الأستاذ المنشط لهذا الملتنقى.

**المعارف المسبقة المطلوبة :** أن يكون الطالب له دراية بقواعد إعداد مواد العلاقات العامة.

محتوى المادة :مناقشة المشاريع للطلبة.

**طريقة التقييم :**امتحان كتابي + أعمال أخرى \_

**المراجع ( كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

- أبو قحف عبد السلام : هندسة الاعلان و العلاقات العامة و تطبيقاتها جامعة بيروت 2000
- البخشوانجي حمدي عبد الكارس : العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث
- الاسكندرية 2001
- الجوهرى محمد محمود الاتجاهات الجديد في العلاقات العامة مكتبة الانجلومصرية مصر 1971
- الدليمي عبد الرواق محمد الدخلى إلى العلاقات العامة الثقافة عمان 2011
- الزهرى محمد محفوظ العلاقات العامة مشكلات و حلول 2004
- الصحن محمد فريد : العلاقات العامة لين المبادئ و التطبيق الدار الجامعية لطبل و النشر و التويل مصر
- 2003 2002
- العدوي فهمي محمد : مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر و التوزيع /عمان 2001



## عنوان الماستر: الاتصال والعلاقات العامة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة: 1 المقاولاتية

الرصيد: 01

المعامل: 01

## أهداف التعليم :

تبيان أهمية التعليم المقاولاتي في تعزيز روح المقاولاتية لطلبة الجامعات، مسلطين الضوء في ذلك على أهم المفاهيم المتعلقة بالمقاولاتية والنظريات المفسر لها، ومن ذلك نحلل واقعها ودورها في الجزائر بالنظر للمعطيات والإحصائيات المستقاة من الاقتصاد الجزائري، وبعدها نقوم بتبيان ما يمكن أن تحتويه برامج التعليم المقاولاتي والتي يمكن أن ترفل من روح المقاولاتية لدى الطلبة عارضين بذلك لمختلف المساهمات والأبحاث التي تتسم بذلك، ومبينين للاستراتيجيات التدريسية في التعليم المقاولاتي، مع ذكر لواقع التعليم المقاولاتي في بعض الدول العربية،

**المعارف المسبقة المطلوبة :** أن يكون الطالب ملم بدور ثقافة المقاولاتية في تحرير المبادرات وتشجيع الاستثمار الرامي إلى خلق المزيد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة.

## محتوى المادة:

- المقاولاتية
  - نشأة المقاولاتية
  - الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية
  - مصطلحات ذات علاقة بالمقاولاتية
  - ماهية المقاول
  - المقاول ، إدارة التغيير و إدارة المؤسسة
  - التأصيل الاصطلاحي للمقاول المدير و القائد
  - دور الاقتصادي و الاجتماعي للمقاولاتية
  - واقع المقاولاتية في الجزائر
  - نشأة و تطور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر
  - أهمية المقاولاتية في النشاط الاقتصادي في الجزائر
  - التعليم المقاولاتي و الروح المقاولاتية
  - الانشاء و التسيير المقاولاتي
  - الممارسات و الطرق البيداغوجية لتكوين المقاولاتي
  - العوائق الرئيسية للاتصال بالمؤسسات الحديثة
- طريقة التقييم:** امتحان كتابي + أعمال أخرى.

## المراجع (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- Alain Fayolle, Introduction à l'entrepreneuriat Dunod, Paris, 2005
- Catherine Leger Janiou, Le profile du créateur d'entreprise, Edition L'Harmattan, Canada, 1997
- CharlesHadji,L'évaluation, règles du jeu ESF éditeur, Paris, 6° édition 2000
- Hisrich R and Peters M, Entrepreneurship McGraw Hill, Boston,5 th Edition, 2002

- James JF Forest and Philip G Altbach, International handbook of higher education Springer, 2007
- Nacer Eddine Sadi, la privatisation des entreprises publique en Algerie Edition, Office des publications universitaire, France, 2006
- Robert Wtterwulge, La PME une entreprise humaine De Boeck Université, Paris, 1998-
- Sadek BAKHOUCHE, La relation Education développement OPU, Alger
- Sophie Boutillier et Dimitri Uzunid La légende de l'entrepreneur Edition la découverte &

**السداسي: الثالث****اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية****اسم المادة: تطبيقات العلاقات العامة****الرصيد: 1****المعامل: 1**

**أهداف التعليم:** تهدف إلى مد الطالب بتطبيقات العلاقات العامة مع التركيز على تمكينه من توسيع فهم العلاقات العامة و ربطها بمجال العمل الميداني و تعريفه ببعض الحالات في مجال العلاقات العامة في الجزائر

**المعارف المسبقة المطلوبة:** أن يكون الطالب قد اكتسب مهارات و معارف في : مناهج إعداد مواد العلاقات العامة و أدواتها ، والعناصر الأساسية في إنجازها و القدرة على بلوغ الاهداف المسطرة التي سطرت من أجلها العلاقات العامة

**محتوى المادة:** هي مادة تطبيقية بالأساس بمعنى أن توجه الطلبة سيكون على الميدان و ذلك بإعطاء أمثلة من البيئة المحلية و التي تعرض ممارسات حية لحملات تسويقية عالجت قضايا محلية في المنطقة التي يعيش فيها ، كما يتم في هذه المادة تكليفهم بتقسيم المجتمع إلى أقسام فرعية من أجل توجيه استعراض بعض الحالات الدراسية الخاصة ببرامج العلاقات العامة في الجزائر و تحليلها و تقويمها استعراض بعض الحالات الدراسية الخاصة بمشكلات العلاقات العامة في الجزائر و تحليلها و تقويمها استعراض بعض الحالات الدراسية الخاصة بمؤسسات العلاقات العامة في الجزائر و تحليلها و تقويمها

**طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى.****المراجع ( كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)**

اختيار بعض الحالات الدراسية المتعلقة بتخصص الطلاب و الاسترشاد بمراجع دراسات الحالة التي تم اعتمادها في مذكرات التخرج لنيل شهادة الماستر

ماك غاير، الأسس النظرية للحملات، ترجمة السعيد بومعيزة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد .

12،- 1994

- Michel Le NET, L'Etat Annonceur, techniques, doctrine et morale de la communication publique sociale : édition Organisation, Paris, 1982.

- Michel Le NET, La Communication Publique, pratiques des compagnes d'information publique, édition la Découverte, Paris, 1990

عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية

اسم المادة: 4 اللغة الأجنبية

الرصيد: 1

المعامل: 1

أهداف التعليم:

تقوية قدرة الطالب على التحكم في استخدام المفاهيم المتخصصة باللغة الفرنسية أو الانجليزية  
وارشاده لأيسر الطرق للترجمة العلمية للنصوص التاريخية  
المعارف المسبقة المطلوبة: التحكم في اللغات الأجنبية.

محتوى المادة: نصوص متعلقة بالتخصص منتجة في الدول الغربية.

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى.

عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الرابع

عمل شخصي: " 1 "

انجاز مذكرة تخرج

**أهداف التعليم:** تمكين الطالب من ولوج حقل البحث العلمي باقت ارح مذكرة تخرج وانجازها ومناقشتها أمام لجنة التحكيم يتوج بها الطالب مساره التعليمي.  
**المعارف المسبقة المطلوبة:** التحكم في منهجية العلمي التكوين للحصول على الموافقة النهائية ، يعمل الطالب على توظيف معارفه النظرية والعملية بالإضافة إلى استغلال المراجع والمصادر التي يوفرها القسم لتمكين الطالب من اتمام مشروعه في الآجال المحددة.

**طريقة التقييم :** مناقشة المذكرة أمام لجنة علمية.

عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

السداسي: الرابع

عمل شخصي: " 2 "القيام بتربص ميداني في مؤسسة أو إدارة عمومية. أو حزب سياسي

أهداف التعليم :

القيام بتربص ميداني في مؤسسة اقتصادية أو إدارية أو مرفق عام.

المعارف المسبقة المطلوبة :

القدرة على الملاحظة والتحرير الإداري للتقارير.

محتوى المادة :

الاستفادة من التربص ومن جملة الملاحظات والمعطيات المجمعة في إنجاز تقرير التربص.

طريقة التقييم :

تقييم التربص من قبل رئيس التخصص.

V - العقود/الاتفاقيات لا توجد

نعم

لا

( إذا كانت نعم، تُرفق الاتفاقيات والعقود بالملف الورقي للتكوين )

## نموذج لرسالة إبداء النية أو الرغبة

( في حالة تقديم ماستر بالاشتراك مع مؤسسة جامعية أخرى )

( ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة الجامعية المعنية )

الموضوع: الموافقة على الإشراف المزدوج للماستر بعنوان :

تعلن الجامعة (أو المركز الجامعي). عن رغبتها في الإشراف المزدوج عن الماستر المذكورة أعلاه طيلة فترة تأهيل الماستر.

وفي هذا الإطار، فإن الجامعة (أو المركز الجامعي) ترافق هذا المشروع من خلال:

- إبداء الرأي أثناء تصميم و تحيين برامج التعليم،
- المشاركة في الملتقيات المنظمة لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة ،
- المساهمة في تبادل الإمكانيات البشرية و المادية

توقيع المسؤول المؤهل رسميا :

الوظيفة:

التاريخ:



## نموذج لرسالة إبداء النية أو الرغبة

(في حالة تقديم ماستر بالاشتراك مع مؤسسة لقطاع مستخدم)  
(ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة)

الموضوع: الموافقة على مشروع بعث تكوين للماستر بعنوان:

المقدم من:

تعلن مؤسسة  
أعلاه بصفتها المستخدم المحتمل لمنتوج هذا التكوين  
عن رغبتها في مرافقة هذا التكوين المذكور

وفي هذا الإطار، فإننا نؤكد انضمامنا إلى هذا المشروع ويتمثل دورنا فيه من خلال:

- إبداء رأينا في تصميم و تحيين برامج التعليم،
- المشاركة في الملتقيات لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة .
- تسهيل قدر المستطاع استقبال الطلبة المتربصين في المؤسسة في إطار إنجاز مذكرات  
نهاية التخرج أو في إطار المشاريع المؤطرة.

سيتم تسخير الإمكانيات الضرورية لتنفيذ هذه العمليات و التي تقع على عاتقنا من أجل تحقيق  
الأهداف وتنفيذها إن على المستوى المادي والمستوى البشري  
يعين السيد(ة)\*.....منسقا خارجيا لهذا المشروع.

توقيع المسؤول المؤهل رسميا:

الوظيفة:

التاريخ:

الختم الرسمي للمؤسسة: