

# دليل قسم الإعلام

كلية الآداب جامعة الملك سعود

للعام الدراسي 1440 - 1441 هـ الموافق 2019 - 2020 م

## محتويات الدليل

2	مقدمة
3	كلمة رئيس قسم الإعلام
4	نبذة تاريخية لنشأة القسم
5	القصة
6	رؤساء الأقسام منذ تأسيسة
7	الرؤية والرسالة
8	الدرجات العلمية والبرامج الأكاديمية
10	البكالوريوس
11	الأهداف وشروط القبول
12	الخطة الدراسية
22	توصيف المقررات
32	الماجستير
33	الأهداف وشروط القبول
34	الخطة الدراسية
35	توصيف المقررات
37	رسائل الماجستير
46	الدكتوراه
47	الأهداف وشروط القبول
48	الخطة الدراسية
50	توصيف المقررات
54	الجهاز الإداري والتنظيمي للقسم والوحدات واللجان
55	الهيكل الإداري والتنظيمي
56	الوحدات واللجان
67	أعضاء هيئة التدريس
72	الإداريون
74	التجهيزات العملية والعلمية للقسم
75	صحيفة رسالة الجامعة
77	الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
78	كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية
79	وحدة التقرير الأسبوعي المصور
79	مختبر الإعلام الرقمي
79	مختبر الصحافة الإلكترونية
80	الأندية الطلابية
81	أنشطة القسم
84	الخاتمة
86	معلومات التواصل

## المقدمة

تُعد الدراسات الإعلامية من ميادين الدراسات العلمية الهامة في المجتمع الحديث والمعاصر، وقد زادت هذه الأهمية في زمن ثورة الاتصالات والمعلومات وتقنيات الإعلام الجديد بالإضافة إلى الزخم الشديد الذي تشهده الساحة الدولية والإقليمية والمحلية من اهتمام متزايد بوسائل الإعلام والأدوار المختلفة التي تؤديها في المجتمع. كل ذلك يلقي بالمسؤولية أمام قسم الإعلام لمواجهة كل هذه التحديات المختلفة، والقيام بمهامه ومسؤولياته في تخريج الكوادر الإعلامية المتميزة والثابتة لتؤدي رسالتها في كل الوسائل الإعلامية المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وقنوات الاتصال الحديثة ووسائل التواصل الإجتماعي والعلاقات العامة على كافة الأصعدة والمستويات.

ويعمل قسم الإعلام بجامعة الملك سعود على تحقيق رؤيته ورسالته، وفق دوره العلمي في الجامعة، ومكانته في المجتمع، وبما يدعم علاقاته مع المؤسسات الأكاديمية العربية والدولية. وخلال هذه المرحلة الجديدة للقسم، تم طرح عدد من البرامج التطويرية التي تهدف للارتقاء بمستوى مخرجات القسم من طلاب وأساتذة وبحوث ودراسات.

وهذا ما يعكسه هذا الدليل المختصر عن مختلف جوانب القسم التعريفية.

## كلمة رئيس القسم

أهلاً بك،

بدأت مسيرة قسم الإعلام بجامعة الملك سعود من 1392 هـ ليكون أول قسم إعلام في المملكة العربية السعودية ومنطقة الخليج العربي، ومنذ ذلك الحين سعى القسم لأن يكون رائداً في تخريج الطلاب والطالبات ذوو الكفاءة العالية لشغل المناصب الإعلامية في القطاعين الحكومي والخاص محلياً وإقليمياً.

في ظل المرحلة الحالية والتطور التكنولوجي الهائل الذي ساهم في تطور وسائل الاتصال وطرقه ومجالاته زادت الحاجة لوجود "إعلام مهني" يسهم في تقدم وازدهار وطننا الحبيب، فالإعلام اليوم يلعب دوراً كبيراً وحيوياً في تكوين المجتمع وتقوية روابطه، ونقل عاداته وموروثه الشعبي، والحفاظ على أمنه واستقراره.

ومن هذا المنطلق وتزامناً مع رؤية المملكة 2030 يسعى قسم الإعلام من خلال برامج "البكالوريوس والماجستير والدكتوراه" في خلق إعلام مهني قادر على تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمملكة، والدفاع عنها وعن مقدراتها، بالإضافة إلى توعية المجتمع بدور الإعلام.

بكل فخر تخرّج من قسم الإعلام ما يقارب 4000 طالب وطالبة، شغل عدد كبير منهم وظائف إعلامية في مجال العلاقات العامة والإعلان وتنظيم المؤتمرات والملتقيات وإدارة المؤسسات الإعلامية، والعمل الفني في القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية من مذيعين ومقدمين ومعدّين ومصوريين ومصممين ومخرجين، والعمل في أروقة الصحافة ككُتّاب ورؤساء تحرير ومراسلين ومحررين في غرف تحرير الأخبار، وغيرها من الوظائف الإعلامية. ونعمل جاهدين للسير في هذا الاتجاه بالنسبة للجيل الحالي والمستقبلي للطلاب والطالبات.

ختاماً، أمل أن تجد ما تبحث عنه من معلومات في صفحات هذا الدليل.

د. علي ديكال العنزي  
رئيس قسم الإعلام



## نبذة تاريخية لنشأة القسم

المراحل التاريخية لتأسيس وتطور القسم:

● 1392هـ - 1972م

تم تأسيس قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك سعود كأول قسم أكاديمي لدراسة وتدريس الإعلام في المملكة العربية السعودية ومنطقة الخليج العربي.

● 1419 - 1420هـ

بدأ فتح باب القبول لطلاب الماجستير مع بداية الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي.

● 1429 - 1430 هـ

بدأ فتح باب القبول لطالبات الماجستير مع بداية الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي.

● 1439 - 1440 هـ

بدأ فتح باب القبول لطلاب وطالبات الدكتوراه مع بداية الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي.

## رؤساء القسم منذ تأسيسه:

م	اسم رئيس القسم	فترة الرئاسة
1	أ.د. أحمد خالد البدلي "رحمه الله"	1392 - 1394
2	أ.د. أسعد سليمان عبده	1394 - 1396
3	أ.د. محمد سعيد الشعفي	1396 - 1398
4	أ.د. عبد العزيز صالح الهلابي	1398 - 1399
5	أ.د. عبد العزيز عبداللطيف آل الشيخ	1400 - 1402
6	د. طلال ماجد عشقي	1402 - 1404
7	د. محمد كامل خطاب "رحمه الله"	1404 - 1406
8	د. فواز محمد الدخيل "رحمه الله"	1406 - 1408
9	د. عبد الرحمن مقبول العتيبي	1408 - 1410
10	د. ساعد خضر الحارثي	1410 - 1412
11	د. فهد عبدالله الطياش	1412 - 1413
12	أ.د. عبد الرحمن حمود العناد	1413 - 1414
13	د. عبد الله مسعود الطويرقي	1414 - 1415
14	أ.د. عبد اللطيف دبيان العوفي	1415 - 1419
15	أ.د. عبد الرحمن حمود العناد	1419 - 1422
16	د. بكر محمد إبراهيم	1422 - 1426
17	د. عبد العزيز صالح بن سلمة	1426 - 1427
18	د. إبراهيم عبدالعزيز البعيز	1427 - 1429
19	د. فهد عبدالعزيز الخريجي	1429 - 1431
20	أ.د. عثمان محمد العربي	1431 - 1433
21	د. أسامة عبد الرحمن النصار	1433 - 1435
22	أ.د. نايف بن ثنيان آل سعود	1435 - 1437
23	د. علي دبكل العنزري (الرئيس الحالي)	1437 - 1441

## الرؤية والرسالة

### الرؤية:

يتطلع قسم الإعلام بجامعة الملك سعود إلى أن يكون رائداً في تخريج المؤهلين للعمل الإعلامي، والبحوث، والدراسات الاتصالية والإعلامية، لتلبية حاجة القطاعين العام والخاص محلياً وإقليمياً.

### الرسالة:

تزويد الطلاب بالمعارف، والمهارات الاتصالية لممارسة العمل الاتصالي والإعلامي انطلاقاً من الثقافة العربية والإسلامية، والتراث الإنساني.



## الدرجات العلمية والبرامج الأكاديمية

## الدرجات العلمية

### 1. درجة البكالوريوس:

يمنح قسم الإعلام درجة البكالوريوس للطلاب والطالبات في التخصصات التالية:

- الصحافة والنشر الإلكتروني.
- الإعلام المرئي والمسموع.
- العلاقات العامة (الاتصال الاستراتيجي).

### 2. درجة الماجستير:

يمنح قسم الإعلام الطلاب والطالبات درجة ماجستير الآداب في الإعلام العام.

### 3. درجة الدكتوراه:

يمنح قسم الإعلام الطلاب والطالبات درجة دكتوراه الفلسفة في الإتصال والإعلام الرقمي.

## أولاً : برنامج البكالوريوس

## رسالة البرنامج:

تزويد الطلاب بالمعارف والأسس العلمية والمهارات الاتصالية لممارسة العمل الاتصالي والإعلامي انطلاقاً من الثقافة العربية والإسلامية، والتراث الإنساني.

## الأهداف:

- تمكين وتدريب وتأهيل الطلاب من المعارف التي تؤهلهم للعمل في مجالات الاتصال والإعلام باحتراف كمهنة مستمرة ومتطورة.
- تعريف الطلاب ومساعدتهم للحصول على فرص عمل في مختلف قطاعات الاتصال والإعلام.
- تلبية حاجة سوق العمل المحلية والإقليمية من المؤهلين.
- إجراء البحوث والدراسات العلمية المحكمة.
- عمل الدراسات الاستشارية العلمية التي تسهم في تطوير العمل الإعلامي محلياً وإقليمياً.
- توعية المجتمع بدور الإعلام ووظائفه وتأثيره.

## شروط الالتحاق ببرنامج البكالوريوس بقسم الإعلام:

إضافة إلى شروط القبول الواردة في نظام جامعة الملك سعود ، فإن القسم يشترط التالي :

1. أن يكون حاصلاً على شهادة الثانوية العامة بمعدل جيد جداً فأكثر أو ما يعادلها من داخل المملكة أو خارجها.
2. أن لا يكون قد مضى على حصوله على شهادة الثانوية العامة أو ما يعادلها مدة تزيد عن خمس سنوات، ويجوز لمجلس الجامعة الاستثناء من هذا الشرط إذا توافرت أسباب مقنعة.
3. أن يكون حسن السيرة والسلوك.
4. أن يجتاز أي اختبار أو مقابلة شخصية يراها مجلس القسم.
5. أن يحصل على موافقة من مرجعه بالدراسة إذا كان يعمل في أي جهة حكومية أو خاصة.
6. أن يستوفي أي شروط أخرى يحددها مجلس القسم وتعلن وقت التقديم.

## متطلبات الحصول على الدرجة:

يدرس الطالب (128) ساعة معتمدة لكي يحصل على درجة البكالوريوس في الإعلام. وهذه الساعات موزعة ما بين السنة الأولى المشتركة (16) ساعة، متطلبات إجبارية للجامعة (8) ساعات، متطلبات إجبارية لكلية (6) ساعات، مقررات القسم الإجبارية والاختيارية "إعلام عام وتخصص" (74) ساعة، التخصص الفرعي المساند (18) ساعة، والمقررات الحرة (6) ساعات.

## الخطة الدراسية:

الخطة الدراسية لبرنامج البكالوريوس وفقاً للتوجهات الجديدة للجامعة والمعتمدة في (1437 هـ - 2015 م)

عدد الساعات		المتطلب	
16		السنة التحضيرية	
8		إجباري الجامعة	
6		إجباري الكلية	
74	44	إجباري القسم قبل التخصص	مقررات الإعلام
	6	إختياري القسم قبل التخصص	
	24	إجباري القسم من التخصص	
18	العلوم السياسية		التخصص الفرعي المساند
	اللغة العربية وآدابها		
	الدراسات الاجتماعية		
	التربية البدنية		
		الاقتصاد	
6		المقررات الحرة	
128		المجموع	

## المستوى الأول في السنة الأولى المشتركة

الساعات المعتمدة	اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
6	اللغة الإنجليزية	140 نجم
3	مهارات جامعية	140 نهج
3	مهارات الحاسب	140 تقن
3	مقدمة في الإحصاء	140 أحص
1	اللياقة والثقافة الصحية	150 فجب
16	المجموع	

## المستوى الثاني في قسم الإعلام

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
3	0	3	مدخل إلى الاتصال المرئي والمسموع	101 تصل
3	0	3	مدخل إلى الصحافة والنشر الإلكتروني	102 تصل
3	0	3	مبادئ الكتابة الإعلامية	103 تصل
2	0	2	تطبيقات الحاسب الآلي في الإعلام	104 تصل
2	0	2	نصوص إعلامية باللغة الإنجليزية	105 تصل
2	0	2	المهارات الكتابية	140 عرب
16			المجموع	

## المستوى الثالث

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
3	0	3	مقدمة في الإعلام والاتصال	220 تصل
2	0	2	مبادئ الاتصال الاستراتيجي	221 تصل
2	0	2	الإعلام السعودي	222 تصل
3	2	2	تحرير الخبر	224 تصل
2			مقرر اختياري القسم	تصل
2			مقرر إجباري الكلية	عرب
2			مقرر إجباري الجامعة	سلم
16			المجموع	

## المستوى الرابع

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
3	0	3	نظريات الاتصال	223 تصل
2	0	2	مناهج البحث الإعلامي	225 تصل
3	2	2	الإعلام الجديد	226 تصل
2	0	2	المجتمع العربي السعودي	425 جمع
2			مقرر اختياري القسم	تصل
2			مقرر اختياري القسم	تصل
2			مقرر إجباري الكلية	عرب
2			مقرر إجباري الجامعة	سلم
18			المجموع	

## المستوى الخامس

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
2	0	2	قوانين الإعلام وأخلاقياته	227 تصل
3	2	2	التصوير والجغرافيكس	230 تصل
2	0	2	الجغرافيا السياسية	207 جغر
2			مقرر إجباري الجامعة	سلم
3			مقرر مادة حرة	
6			مقرر التخصص المساند "مقرر الحزمة"	
18			المجموع	

## المستوى السادس

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
2	0	2	الاتصال البين الثقافي	228 تصل
2	0	2	النقد الإعلامي	229 تصل
2			مقرر إجباري الجامعة	سلم
3			مقرر مادة حرة	
9			مقرر التخصص المساند "مقرر الحزمة"	
18			المجموع	

## المستوى السابع تخصص الصحافة والنشر الإلكتروني

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
2	0	2	الصحافة الاستقصائية	300 صفح
2	2	1	النشر الإلكتروني	301 صفح
2	2	1	تحرير الفنون الصحفية المتطلب السابق 224 تصل تحرير الخبر	302 صفح
2	2	1	الصحافة والجمهير الخاصة	303 صفح
2	2	1	الإخراج الصحفي المتطلب السابق 230 تصل التصوير والجرافيكس	304 صفح
2	0	2	صحافة المواطن	305 صفح
3			مقرر التخصص المساند "مقرر الحزمة"	
15			المجموع	

## المستوى السابع تخصص الإعلام المرئي والمسموع

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
2	2	1	الكتابة للإذاعة والتلفزيون	320 أذع
2	0	2	الصحافة التلفزيونية المتطلب السابق 224 تصل تحرير الخبر	321 أذع
2	2	1	فن الإلقاء والمقابلة	322 أذع
2	2	1	الإنتاج المسموع	323 أذع
2	2	1	الإنتاج المرئي	324 أذع
2	2	1	البرامج الوثائقية	325 أذع
3			مقرر التخصص المساند "مقرر الحزمة"	
15			المجموع	



## المستوى السابع تخصص العلاقات العامة (الاتصال الاستراتيجي)

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
2	0	2	الاتصال الاستراتيجي في العلاقات العامة المتطلب السابق 221 تصل مبادئ الاتصال الاستراتيجي	340 علق
2	0	2	الاتصال الاستراتيجي في الإعلان المتطلب السابق 221 تصل مبادئ الاتصال الاستراتيجي	341 علق
2	2	1	تصميم الحملات الإعلامية والإعلانية	342 علق
2	2	1	الكتابة للعلاقات العامة المتطلب السابق 224 تصل تحرير الخبر	343 علق
2	2	1	تنظيم المؤتمرات والمناسبات	344 علق
2	0	2	العلاقات العامة والأزمات	345 علق
3			مقرر التخصص المساند "مقرر الحزمة"	
15			المجموع	

## المستوى الثامن تخصص الصحافة والنشر الإلكتروني

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
12	24	0	التدريب الميداني المتطلب السابق كل مقررات المستوى السابع	306 صحف
12			المجموع	

## المستوى الثامن تخصص الإعلام المرئي والمسموع

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
12	24	0	التدريب الميداني المتطلب السابق كل مقررات المستوى السابع	326 أذع
12			المجموع	

## المستوى الثامن تخصص العلاقات العامة (الاتصال الاستراتيجي)

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
12	24	0	التدريب الميداني المتطلب السابق كل مقررات المستوى السابع	346 علق
12			المجموع	

## قائمة مقررات إجباري الجامعة

يختار الطالب أربعة مقررات (سلم) من بين المقررات التالية بما مجموعه ثمان ساعات معتمدة:

الساعات المعتمدة	الكلية والقسم	اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
2	كلية التربية قسم الدراسات الإسلامية	دراسات في السيرة النبوية	100 سلم
2		أصول الثقافة الإسلامية	101 سلم
2		الأسرة في الإسلام	102 سلم
2		النظام الاقتصادي في الإسلام	103 سلم
2		النظام السياسي الإسلامي	104 سلم
2		حقوق الإنسان	105 سلم
2		الفقه الطبي	106 سلم
2		أخلاقيات المهنة	107 سلم
2		قضايا معاصرة	108 سلم
2		المرأة ودورها التنموي	109 سلم

## قائمة مقررات إجباري الكلية

يجب على الطالب دراسة المقررات (عرب) التالية بما مجموعه ست ساعات معتمدة.

الساعات المعتمدة	الكلية والقسم	اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
2	كلية الآداب قسم اللغة العربية	المهارات اللغوية	101 عرب
2		التحرير العربي	103 عرب
2		المهارات الكتابية	140 عرب

## قائمة مقررات إجباري القسم قبل التخصص - إعلام عام

يجب على الطالب دراسة كل المقررات التالية بما مجموعه أربعة وأربعين ساعة معتمدة.

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
3	0	3	مدخل إلى الاتصال المرئي والمسموع	101 تصل
3	0	3	مدخل إلى الصحافة والنشر الإلكتروني	102 تصل
3	0	3	مبادئ الكتابة الإعلامية	103 تصل
2	0	2	تطبيقات الحاسب الآلي في الإعلام	104 تصل
2	0	2	نصوص إعلامية باللغة الانجليزية	105 تصل
3	0	3	مقدمة في الإعلام والاتصال	220 تصل
2	0	2	مبادئ الاتصال الاستراتيجي	221 تصل
2	0	2	الإعلام السعودي	222 تصل
3	0	3	نظريات الاتصال	223 تصل
3	2	2	تحرير الخبر	224 تصل
2	0	2	مناهج البحث الإعلامي	225 تصل
3	2	2	الإعلام الجديد	226 تصل
2	0	2	قوانين الإعلام وأخلاقياته	227 تصل
2	0	2	الاتصال بين الثقافي	228 تصل
2	0	2	النقد الإعلامي	229 تصل
3	2	2	التصوير والجرافيكس	230 تصل
2	0	2	الجغرافيا السياسية	207 جغر
2	0	2	المجتمع العربي السعودي	425 جمع
44			المجموع	

## قائمة مقررات إختياري القسم قبل التخصص - إعلام عام

يختار الطالب ثلاثة مقررات من بين المقررات التالية بما مجموعه ست ساعات معتمدة.

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
2	0	2	الاتصال السياسي	231 تصل
2	0	2	الإعلام والعولمة	232 تصل
2	0	2	اقتصاديات الإعلام	233 تصل
2	0	2	التربية الإعلامية	234 تصل
2	0	2	إدارة المؤسسات الإعلامية	235 تصل
2	0	2	مقدمة في الفنون المسرحية	236 تصل
2	0	2	جماليات الفنون المرئية والمسموعة	237 تصل
2	2	1	تحرير الصور الصحفية	238 تصل
2	0	2	إنتاج الوثائقيات الدرامية	239 تصل
2	0	2	تصميم وإنتاج رسائل الاتصال الاستراتيجي	240 تصل
2	0	2	علم النفس الاجتماعي - لغير التخصص	131 نفس
6			المجموع	

## قائمة مقررات إجباري القسم من التخصص

يعرض القسم ثلاثة تخصصات في الإعلام وهي : الصحافة والنشر الإلكتروني، الإعلام المرئي والمسموع، العلاقات العامة، ويتوجب على الطالب أن يجتاز المقررات التالية حسب التخصص بما يعادل أربعة وعشرون ساعة متعمدة.

## الصحافة والنشر الإلكتروني

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
2	0	2	الصحافة الاستقصائية	300 صحف
2	2	1	النشر الإلكتروني	301 صحف
2	2	1	تحرير الفنون الصحفية	302 صحف
2	2	1	الصحافة والجماهير الخاصة	303 صحف
2	2	1	الإخراج الصحفي	304 صحف
2	0	2	صحافة المواطن	305 صحف
12	24	0	التدريب الميداني (صحافة ونشر إلكتروني)	306 صحف
24			المجموع	

## الإعلام المرئي والمسموع

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
2	2	1	الكتابة للإذاعة والتلفزيون	320 أذع
2	0	2	صحافة التلفزيونية	321 أذع
2	2	1	فن الإلقاء والمقابلة	322 أذع
2	2	1	الإنتاج المسموع	323 أذع
2	2	1	الإنتاج المرئي	324 أذع
2	2	1	البرامج الوثائقية	325 أذع
12	24	0	التدريب الميداني (إعلام مرئي ومسموع)	326 أذع
24			المجموع	

## العلاقات العامة (الاتصال الاستراتيجي)

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
2	0	2	الاتصال الاستراتيجي في العلاقات العامة	340 علق
2	0	2	الاتصال الاستراتيجي في الإعلان	341 علق
2	2	1	تصميم الحملات الإعلامية والإعلانية	342 علق
2	2	1	الكتابة للعلاقات العامة	343 علق
2	2	1	تنظيم المؤتمرات والمناسبات	344 علق
2	0	2	العلاقات العامة والأزمات	345 علق
12	24	0	تدريب علمي (علاقات عامة)	346 علق
24			المجموع	

## التخصص الفرعي المساند

يمكن لطالب الإعلام أن يختار أحد التخصصات المعتمدة في الجامعة ليكون تخصصه الفرعي، وسيتم التنسيق مع الأقسام التي يرغب الطالب التسجيل فيها لتحديد المقررات المطلوبة بما يعادل ثمانية عشر ساعة معتمدة.

القسم أو البرنامج	الكلية
العلوم السياسية	الحقوق والعلوم السياسية
اللغة العربية وآدابها	الآداب
الدراسات الاجتماعية	
التربية البدنية	كلية علوم الرياضة والنشاط البدني
الاقتصاد	كلية إدارة الأعمال

## الساعات الحرة

يترك للطلاب حرية اختيار عدة مقررات لدراستها سواء من داخل القسم أو خارجه بما يعادل ست ساعات معتمدة.

## الإعلام تخصص فرعي مساند

يتيح القسم للطلاب من خارج القسم اختيار الإعلام تخصص فرعي مساند، ويتاح الاختيار من المقررات التي تحمل رقم 200 فقط، وتحدد عدد الساعات حسب متطلبات القسم الأكاديمي للطلاب.

الساعات			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
مجموع	عملي	نظري		
3	0	3	مقدمة في الإعلام والاتصال	220 تصل
2	0	2	مبادئ الاتصال الاستراتيجي	221 تصل
2	0	2	الإعلام السعودي	222 تصل
3	0	3	نظريات الاتصال	223 تصل
3	2	2	تحرير الخبر	224 تصل
2	0	2	مناهج البحث الإعلامي	225 تصل
3	2	2	الإعلام الجديد	226 تصل
2	0	2	قوانين الإعلام وأخلاقياته	227 تصل
2	0	2	الاتصال البين الثقافي	228 تصل
2	0	2	النقد الإعلامي	229 تصل
3	2	2	التصوير والجرافيكس	230 تصل
2	0	2	الاتصال السياسي	231 تصل
2	0	2	الإعلام والعولمة	223 تصل
2	0	2	اقتصاديات الإعلام	233 تصل
2	0	2	التربية الإعلامية	234 تصل
2	0	2	إدارة المؤسسات الإعلامية	235 تصل
2	0	2	مقدمة في الفنون المسرحية	236 تصل
2	0	2	جماليات الفنون المرئية والمسموعة	237 تصل
2	2	1	تحرير الصور الصحفية	238 تصل
2	0	2	إنتاج الوثائقيات الدرامية	239 تصل
2	0	2	تصميم وإنتاج رسائل الاتصال الاستراتيجي	240 تصل

## توصيف المقررات:

الساعات	اسم المقرر	رمز رقم المقرر
2	مدخل إلى الاتصال المرئي والمسموع Introduction to Audio-Visual Communication	101 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بأسس بناء وتنظيم وإخراج الرسائل الاتصالية وفقاً لمتطلبات وسائل الاتصال المرئي و المسموع، وفي بيئة تفاعلية مع الجمهور المستهدف. وكذلك التمكن من إنتاج الرسائل للوسائط المتعددة بمكوناتها التكاملية (نصوص صوت، فيديو، صور، جرافيكس، وإنيميشن).		
2	مدخل إلى الصحافة والنشر الإلكتروني Introduction to Journalism and Public Publishing	102 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الصحافة وعلاقتها بالاتصال ووسائل الإعلام الأخرى، وبالمفاهيم الأساسية المرتبطة بها. والتعرف على نشأتها وتطورها باستعراض المراحل التاريخية التي مرت بها، والتعرف على الصحافة العربية والعالمية وأبرز نماذجها، والأنظمة الصحفية باعتبار أنها انعكاس للأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية السائدة في المجتمعات المختلفة. كما تعرف الطالب بوظائف الصحافة على اعتبار المراحل التاريخية التي يمر بها المجتمع، اختلاف النظم الإعلامية، واختلاف درجة التقدم الحضاري من مجتمع إلى مجتمع آخر. ومن ثم يتعرف على دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطور العمل الصحفي من حيث جمع المادة الصحفية، معالجتها، وإخراجها. ليتعرف بعد ذلك على الصحافة الإلكترونية والنشر وأساليب الممارسة الصحفية في شبكات التواصل الاجتماعي ومميزاتها وعيوبها مقارنة بالمطبوعة.		
2	مبادئ الكتابة الإعلامية Principles of Media Writing	103 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمبادئ الكتابة الإعلامية، خصائصها المميزة لها عن الكتابة الأدبية أو الكتابة العلمية، والتعريف بمبادئ الكتابة التي تناسب وسائط الإعلام التقليدية والجديدة. والتعريف بأسس ومهارات السرد القصصي Storytelling.		
2	تطبيقات الحاسب الآلي في الإعلام Computer-based Applications in Media	104 تصل
يهدف المقرر إلى إمداد الطالب بمحتوى معرفي محدد وواضح حول تطبيقات الحاسب الآلي في الإعلام، وكيف تطورت هذه التطبيقات في الوسائل الإعلامية المطبوعة والمسموعة والمرئية، وصولاً إلى ظاهرة الاندماج الكبير بين وسائل الإعلام والاتصال المختلفة في عصر الإعلام الجديد .		
2	نصوص إعلامية باللغة الإنجليزية Media Text in English	105 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بأهم المصطلحات الإعلامية، ومصطلحات الإعلام الجديد وتطبيقاته الحديثة، إضافة إلى التعريف بالمصطلحات الأكثر تداولاً في المجال الأكاديمي والعلمي في تخصص الإعلام، مع التعريف بأسماء بعض الدوريات العلمية الأجنبية والوسائل والمؤسسات الإعلامية الدولية.		

3	مقدمة في الإعلام والاتصال Introduction to Media and Communication	220 تصل
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بقدرات تخصصية وافية متعلقة بفنون الإعلام والاتصال، بحيث يمتلك قدرة على الاستجابة والإرسال والفعالية في الوسط الثقافي والإعلامي في المجتمع السعودي، وإطلاع الطالب على فنون وتقنيات الاتصال وتقاليد المهنة الإعلامية، كما يشمل التعرف على لمحة عامة عن وسائل الإعلام والاتصال والفروق بينها على أسس الوسيلة.</p>		
2	مبادئ الاتصال الاستراتيجي Principles of Strategic Communication	221 تصل
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمبادئ الاتصال الاستراتيجي من حيث النشأة وطرق الاتصال بالجمهور وتفعيل دوره بعدة أشكال، كما يوضح أنواع الاتصال الاستراتيجي من حيث: الإعلان والعلاقات العامة والتسويق المباشر، والتسويق الإلكتروني للسلع والأفكار وذلك في بيئة اتصال عالمية جديدة تفاعلية ومتعددة الوسائل، وأخيراً لمحة عامة عن هذه المبادئ في المملكة العربية السعودية.</p>		
3	الإعلام السعودي Saudi Media	222 تصل
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بنشأة وتطوير وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية المسموعة والمقروءة والمرئية وتاريخها والتطورات التي مرت بها منذ إنشائها، وذلك من خلال تطور الصحافة السعودية من مرحلة صحافة الأفراد، مرحلة دمج الصحف، مرحلة المؤسسات الصحفية، الصحافة في ظل المؤسسات الصحفية (الأهلية)، الطباعة والنشر، الإذاعة السعودية من حيث النشأة والتطور، أهداف ومنهج، مراحل التطور، الهيكل التنظيمي، أهداف ومضمون البرامج، أنواع البرامج، التلفزيون من حيث مراحل التأسيس، الهيكل التنظيمي أهداف ومضمون البرامج، أنواع البرامج، ومن خلال وكالة الأنباء السعودية من حيث النشأة، الهيكل التنظيمي، وإعطاء لمحة عامة على الأنظمة الإعلامية في المملكة.</p>		
3	نظريات الاتصال Communication Theories	223 تصل
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية في علم الاتصال، ونماذج الاتصال المختلفة، ونشأة وتطور نظريات الاتصال، وطبيعة نظريات الاتصال، وكيفية دراسة تأثيرات وسائل الاتصال، مع الإلمام بعدد من أهم نظريات الاتصال والإعلام المعاصر.</p>		
3	تحرير الخبر The News Editing	224 تصل
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بأهمية الخبر وتعريفه، وتاريخه، ومعايير اختياره ونشره، وأنواعه، ومصادره، وتغطيته، وأساليب كتابته، وتحريره (اختيار العنوان، الصورة الصحفية)، والقدرة على التمييز بين كتابة الخبر وتحريره، ومعرفة الطلاب لكل ما يتعلق بالخبر من خلال التطبيق على نماذج من الصحف، والتدريب على إعداد نماذج، والتطبيق في صحيفة رسالة الجامعة.</p>		



2	مناهج البحث الإعلامي Media Research Method	225 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بماهية البحث الإعلامي وأهميته وميادينه المتعددة، ومعرفة التصميم المنهجي للبحث ومراحله، والقضايا والمشكلات العلمية في مجال التخصص وكيفية تحليلها وتحديدتها وصياغتها ومصادر الحصول عليها، والمناهج العلمية المستخدمة في المجالات البحثية الإعلامية، والأدوات البحثية المستخدمة في بحوث الإعلام.		
3	الإعلام الجديد The New Media	226 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بنشأة وتطور الإعلام الجديد والتعريف بالفروق بين خصائص الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، وشرح أنماط الإعلام الجديد مثل صحافة المواطن، والشبكات الاجتماعية، ومساهمة الجمهور في صنع الرسائل الإعلامية، وأخيراً التوعية بأهمية تفاعل الطلاب مع البيئة الإعلامية الجديدة.		
2	قوانين الإعلام وأخلاقياته Media Laws and Ethics	227 تصل
يهدف المقرر إلى توسيع مدارك الطالب في الناحية النظامية والقانونية التي تؤسس للإعلام وتطلع الطالب على الضوابط التي تسيّر وفقها الوسائل الإعلامية في المملكة ومعرفة شروط إنشاء أي مؤسسة إعلامية وما هي الأنظمة التي تحكم العمل في أي مؤسسة مسموعة أو مقروءة أو مرئية أو إلكترونية وما هو المقصود بالجرائم المعلوماتية.		
2	الاتصال بين الثقافي Intercultural Communication	228 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بدلالات الاتصال الثقافي بين الأفراد والجماعات والمنظمات والأمم، فهم معنى "الثقافة" وكيف تؤثر في التفاهم والاتصال والمعتقد والسلوك. الإلمام بالفروق بين الثقافات وحثمية ردم الجسور أو تقريب المسافات بينها وصولاً إلى تفاهم مشترك واحترام متبادل. والتدريب على ممارسة اتصالية ناجحة سواء في الخارج حيث توجد ثقافات متنوعة، أو في الاتصال محلياً مع مجموعات ذات ثقافات مختلفة. اكتساب القدرة على التعبير الواضح والمنطقي، مكتوباً كان أم منطوقاً، لتعزيز قدرة الفرد على التفاعل بنجاح مع الناس بغض النظر عن انتمائهم الثقافي. مراجعة شاملة لمهارات الاتصال بما في ذلك الاستماع واللغة غير اللفظية وديناميكيات الاتصال في المجموعات الصغيرة.		
2	النقد الإعلامي Media Criticism	229 تصل
يهدف المقرر إلى تطوير معارف الطالب عن أسس وقواعد النقد الإعلامي، واستيعاب المداخل النظرية والفلسفية التي تفسر الأداء الإعلامي، وفهم وتحليل ملامح المشهد الإعلامي المحيط بنا، والتعريف بأهم العوامل المساعدة في تنمية ملكات النقد السليم لوسائل الإعلام، وعرض دراسات ونماذج معاصرة في النقد الإعلامي.		
3	التصوير والجرافيكس Photography and Graphics	230 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفاهيم نظرية عن الاتصال المرئي، والتعرف على مفاهيم وخصائص وعناصر الرسوم المعلوماتية، والتدريب على برامج حاسوبية في إنتاج الجرافيكس، والعمل التحريري بحاسة جرافيكية عند تغطيات أحداث ومناسبات أو إعداد تقارير وتحقيقات.		

2	الجغرافيا السياسية Political Geography	207 جغر
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالجغرافيا السياسية وتطورها ومفاهيمها النظرية، ويدرس المقرر نشأة الدولة باعتبارها وحدة سياسية وتطورها وعلاقتها الخارجية مع التركيز على المقومات الجغرافية المؤثرة في ذلك، ويهتم المقرر بالتكتلات السياسية في العالم ودراسة العوامل الجغرافية المؤثرة فيها، وينتهي المقرر بدراسة نماذج المشكلات السياسية في العالم.		
2	المجتمع العربي السعودي Saudi Arab Society	425 جمع
يهدف المقرر إلى تناول المجتمع العربي المعاصر من حيث خصائصه المشتركة تاريخياً وثقافياً واقتصادياً واجتماعياً، ثم تحليل مكونات المجتمع العربي السعودي من حيث دراسة أثر مكوناته الجغرافية والتاريخية في تشكيل أنماط الحياة الاجتماعية فيه من بادية وقرى وحضر، ثم يتعرض إلى تحليل النظم الاجتماعية داخل هذه الأنماط من حيث النظام الأسري، الديني، القبلي، القيم، العادات، النظام الاقتصادي والإداري ووسائل الاتصال وعوامل الترابط بينها، كما يتناول القبيلة العربية كنظام اجتماعي، ثم يتناول المجتمع السعودي في مرحلة التحول التي يمر بها من خلال خطط التنمية، ويلقي الضوء على تجارب التوطن والاستيطان في المملكة، وأخيراً إلقاء الضوء على أنظمة الحكم والشورى والمناطق.		
2	الاتصال السياسي Political Communication	231 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالعلاقة التي تربط الاتصال بالسياسة ماضياً وحاضراً، استيعاب نظريات الاتصال السياسي وأنماطه ووسائله ومؤسسته، والعلاقة بين النخب الحاكمة ووسائل الإعلام. الإلمام باللغة السياسية ورموزها ووظائفها وتأثيراتها. معرفة المعلومات الأساسية المتعلقة بالتنشئة السياسية والإعلان السياسي والدعاية السياسية وعلاقة الاتصال السياسي بالأخلاق.		
2	الإعلام والعولمة Media and Globalization	232 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفاهيم العولمة، والنظام الإعلامي الجديد، والعولمة الإعلامية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وتحديد ملامح النظام الإعلامي العالمي، ومعرفة الآثار الإيجابية والسلبية للعولمة السياسية والاقتصادية والإعلامية، ونشأة وتطور الإعلام الجديد في عصر العولمة، وأخيراً تعريف العولمة الإعلامية والوظيفة الاتصالية للدولة وللمنظمات الحكومية وغير الحكومية في عصر الصورة والوسائط المتعددة.		
2	اقتصاديات الإعلام Media Economics	233 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالجوانب الاقتصادية في العمل الإعلامي، وذلك بتطبيق النظرية الاقتصادية على فهم الصناعة الإعلامية. كما يحلل ظاهرة التنافس بين وسائل الإعلام وعلى مصادر التمويل مثل شركات الإعلان. ويتعرض أيضاً للتطورات المهمة في أساليب التحليل الاقتصادي للصناعة الإعلامية. وأساليب حساب التكلفة في عمليات الإنتاج الإعلامي.		

234	التربية الإعلامية Media Education	2
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم التربية الإعلامية، ظاهرة الإعلام في المجتمعات المعاصرة، وكيفية تعامل الجمهور مع الرسالة الإعلامية التي يتلقونها من وسائل الإعلام، وتنمية الفكر الناقد للرسائل الإعلامية المتعددة المصادر، مصادر المواد الإعلامية وأهدافها السياسية والتجارية والثقافية، فهم وتفسير المواد الإعلامية، وتعريف الطالب للفكر الناقد وتحليل المواد الإعلامية، الوصول إلى وسائل الإعلام، واخيراً تعريف الطالب بالتعبير الفردي عن الآراء عبر وسائل الإعلام.</p>		
235	إدارة المؤسسات الإعلامية Management of Media Organizations	2
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية في الإدارة ووظائفها، وآليات العمل الإداري في المؤسسات الإعلامية، عناصر التخطيط الإعلامي، وسماته، ومراحل اتخاذ القرار الإداري في المؤسسات الإعلامية، والعوامل المؤثرة فيه، وأهمية ودور الإدارة الناجحة في تحقيق جودة المنتج الإعلامي، والجوانب المالية والتمويلية المؤثرة في إدارة المؤسسات الإعلامية، واخيراً معرفة دور الإدارة الناجحة في تنمية الموارد البشرية بالمؤسسات الإعلامية.</p>		
236	مقدمة في الفنون المسرحية Introduction to Theatrical Arts	2
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الاتصال الخطابي كنمط من أنماط الاتصال الإنساني، كما تهدف المادة إلى إعطاء الطلاب خلفية معرفية عن الدراما وكيفية التعامل معها والعناصر المكونة للعمل المسرحي وخاصة من الناحية الفكرية.</p>		
237	جماليات الفنون المرئية والمسموعة Media Aesthetics	2
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بقواعد اللغة العربية في الأداء الإذاعي والتلفزيوني، تعريف الطالب بمبادئ التذوق الجمالي لعناصر المادة الإذاعية والتلفزيونية، واقتراح أفكار وأشكال برامج إذاعية وتلفزيونية جديدة، استخدام كافة المعدات والأجهزة اللازمة للإنتاج التلفزيوني (الكاميرات: كاميرا الاستديو، الكاميرا المحمولة، الإضاءة، أجهزة المونتاج الخطي واللاخطي، أجهزة الصوت) أو الإذاعي (معدات الصوت والمونتاج)، تقييم الأداء البرمجي في الإذاعة والتلفزيون لكافة الأشكال والقوالب الفنية، والتعرف على مفهوم الجمال في الصوت والصورة، والقدرة على تلمس النواحي الجمالية في النص والصورة والإضاءة والحيز المكاني والزمني.</p>		
238	تحرير الصور الصحفية Editing Photo Journalism	2
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالفنون الصحفية من حيث تعريف أنواع الفنون الصحفية، تحرير الفنون الصحفية، تطبيقات عملية لتحرير الفنون الصحفية، كما يتم في صحيفة رسالة الجامعة نشر أحد الفنون الصحفية بعد تحريره من قبل الطالب نفسه.</p>		

2	إنتاج الوثائقيات الدرامية Docudrama Production	239 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمهارات الكتابية ومعرفة أساسيات العمليات الاتصالية. إضافة إلى معلومات عامة اكتسبها من خلال استخدامه لوسائل الإعلام المختلفة، وتعريفه بالسيناريو، والمكونات السينماتوغرافية، وشروط ومراحل تأليف السيناريو، الطرق الإجرائية في كتابة السيناريو، التقنيات الحديثة وطرق الاستفادة منها في كتابة السيناريو.		
2	تصميم وإنتاج رسائل الاتصال الاستراتيجي Designing and Producing of Strategic Communication Messages	240 تصل
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمهارات والمعارف والقواعد النظرية والتطبيقية لتصميم وإنتاج الرسائل المستخدمة في العلاقات العامة والإعلان، والأسس والقواعد النظرية للتصميم والابتكار في رسائل العلاقات العامة، ومهارات تصميم مطبوعات العلاقات العامة.		
2	علم النفس الاجتماعي (غير التخصص) The Social Psychology	131 نفس
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية في مجال التقييم التربوي، وأغراضه، وأدواته، وخصائصه، وأهميته، ووظائفه، وأنواعه، وخطواته، والطرق الإحصائية اللازمة لتحديد تلك الخصائص، وكيفية بناء الاختبارات التحصيلية وتطويرها في ضوء تحليل نتائجها.		
2	الصحافة الاستقصائية Investigative Journalism	300 صحف
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الصحافة الاستقصائية، علاقة الصحافة الاستقصائية بفنون التحقيقات الصحفية الأخرى، المهارات المطلوبة من الصحفي المتخصص في الصحافة الاستقصائية، دور التقنيات الحديثة في تطور الصحافة الاستقصائية، تجارب الصحافة الدولية في التحقيقات الاستقصائية، واقع الصحافة الاستقصائية في العالم العربي، كما يتم تحديد أهم الأسس التي تقوم عليها صحافة الاستقصاء.		
2	النشر الإلكتروني Electronic Publishing	301 صحف
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمراحل بناء وتطوير مهارات النشر الإلكتروني اللازمة للتعامل مع القضايا المختلفة وتوفير حلول لها، تطوير المهارات الاتصالية الشخصية للطلاب وكذلك كفاءتهم في التحرير المهني المتخصص، تطوير قدرات الطلاب على وضع خطط إستراتيجية للنشر الإلكتروني، وتعزيز قدرات الطلاب على التحرير المهني المتخصص.		
2	تحرير الفنون الصحفية Editing of Journalism Arts	302 صحف
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالفنون الصحفية وعلاقتها ببعضها، تطوير معارف الطالب عن أسس وقواعد الفنون التحريرية، بناء تنمية مهارات الكتابة الصحفية في هذه الفنون وتدريب الطلاب عليها، تمكين الطلاب من ممارسة العمل الميداني المباشر في مجال التحرير الصحفي.		

2	الصحافة والجماهير الخاصة Journalism and Special Audiences	303 صفح
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمراحل التطور التاريخي بالنظر إلى تأثير الإعلام في الجمهور بشكل عام والجماهير الخاصة على وجه الخصوص، من التهويل والمبالغة إلى التهوين إلى التوازن، والتعريف بسمات وخصائص جمهور وسائل الإعلام، والتعريف بدور الإعلام المتخصص في العصر الحديث في إشباع احتياجات قطاعات الجمهور المختلفة، والتعريف بالعوامل التي تؤثر في علاقة الجمهور العام والنخبة بوسائل الإعلام، ودراسة نماذج معاصرة عن الإعلام والرأي العام والجماهير الخاصة.</p>		
2	الإخراج الصحفي Journalism Design	304 صفح
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الإخراج الصحفي وتاريخه، وعوامل تطوره، ومدارس الإخراج، وأسس الإخراج الصحفي وأهميته التطبيقية، العناصر الطباعية، كما يتضمن المقرر التعرف بشكل عام على الفرق بين إخراج الصحف الورقية والإلكترونية.</p>		
2	صحافة المواطن Citizen Journalism	305 صفح
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بصحافة المواطن، نشأتها وتطورها، ومصادقيتها، وعرض لنماذج متعددة لها في العالم، وتحديدًا في العالم العربي. العلاقة التنافسية بينها وبين وسائل الإعلام والصحافة التقليدية، والتأثير المتبادل بينها وبين تلك الوسائل. مناقشة الوضع القانوني لإطلاع منتظم على نماذج وتطبيقات حية من صحافة المواطن. استعراض الكتابة في صحافة المواطن ومقارنتها بالصحافة الاحترافية.</p>		
12	التدريب الميداني (صحافة ونشر إلكتروني) Field Training: Print and Electronic Publishing	306 صفح
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالأطر النظرية في الصحافة، وأن يتمكن الطالب من معرفة طبيعة المهارات الأساسية التي ينبغي أن يكتسبها طالب الصحافة والإعلام عامة، أن يتمكن الطالب من معرفة الأسس العلمية لكتابة وتحرير الخبر والنقير والتحقق والحوار في مجال الصحافة الورقية والإلكترونية، وذلك من خلال معايشة العمل الصحفي في مؤسسة صحفية ورقية أو إلكترونية.</p>		
2	الكتابة للإذاعة والتلفزيون Writing for Radio and TV	320 أذع
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية المرتبطة بالإنتاج الدرامي، معرفة المؤسسات المعنية بالإنتاج الدرامي من حيث أهدافها، وتنظيمها ووظائفها وخدماتها، معرفة خصائص وعناصر الإنتاج الدرامي بأشكالها المختلفة (التقليدية والإلكترونية)، معرفة التحديات التي يواجهها التخصص (أكاديمياً وميدانياً) وما تعيشه الدراما الآن سواء على مستوى الراديو أو التلفزيون أو المسرح أو السينما، والقدرة على المناقشة والحوار والتحليل المرتبط بقضايا الدراما وإنتاجها بشكل عام.</p>		

2	الصحافة التلفزيونية Broadcast Journalism	321 أذع
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بطبيعة عمل الصحفي التلفزيوني ودوره ومؤهلاته وأدواته ومسؤولياته ومهاراته وفقاً لطبيعة وسيلة التلفزيون وثقافة الكلمة والصورة، تعلم تقنيات إعداد الأشكال الإخبارية المختلفة عامة والميدانية خاصة والمهارات اللازمة لها، معرفة فريق العمل في غرفة الأخبار واكتساب مهارات العمل معه. من خلال إجراء الزيارات الميدانية لأقسام الأخبار بالقنوات التلفزيونية، معرفة مراحل إنتاج وتقديم الأخبار التلفزيونية وأقسامها.</p>		
2	فن الإلقاء والمقابلة The Art of Recitation and Interview	322 أذع
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بعناصر ومبادئ الإلقاء وتقديم وإدارة البرامج الحوارية في الإذاعة والتلفزيون حسب المعايير المهنية المتعارف عليها، معرفة الأخطاء الشائعة لدى المذيعين ومقدمي البرامج وتأهيل الطلاب لتجنبها وعدم الوقوع فيها.</p>		
2	الإنتاج المسموع Audio Production	323 أذع
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمبادئ وعناصر الإنتاج المسموع، وخطوات ومراحل الإنتاج المسموع بدءاً من الفكرة حتى التنفيذ والتقييم، ومعرفة عناصر وفريق العمل كالمذيع والمعد والمخرج والمنتج ودور ومسؤوليات كل فرد، ودراسة وتقييم نماذج من الإنتاج المسموع ومعرفة جوانب القوة والضعف فيه.</p>		
2	الإنتاج المرئي Video Production	324 أذع
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بفهم طبيعة الإنتاج التلفزيوني والتمكن من خصائص العملية الإنتاجية التلفزيونية القائمة على توظيف الجوانب التقنية والجمالية لغايات إبداعية، إثارة الحس التشكيلي الجمالي في تأطير اللقطة كأصغر وحدة زمنية مكانية يتم بمقتضاها تكوين المشهد التلفزيوني وصناعة المادة التلفزيونية من خلال توظيف القواعد الجمالية التي تحكم الانتقال من لقطة إلى لقطة ومن مشهد إلى مشهد آخر، تزويد الطالب بالأدوات التي تتيح له تصميم وإنتاج مادة مرئية مع الأخذ في الاعتبار مسألة الإيقاع والبعد الزمني.</p>		
2	البرامج الوثائقية Documentary Programs	325 أذع
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بإبراز أسس ومعايير إعداد وإنتاج البرنامج الوثائقي، والتأكيد على الخطوات المؤدية إلى إنتاج البرنامج الوثائقي بدءاً بالخبر ومروراً بالتقرير المصوّر ووصولاً إلى الفيلم الوثائقي، والتعرف على المدارس السينمائية في تقديم الأفلام التسجيلية، وإبراز أهمية ثقافة الكلمة والصورة وخصائص الصورة التعليمية، ومعرفة الفروق بين الدراما التلفزيونية والبرنامج الوثائقي.</p>		

12	التدريب الميداني (إعلام مرئي ومسموع) Field Training: Broadcast Media	326 أذع
يهدف المقرر إلى تعريف طالب التدريب الميداني بطبيعة عمل المؤسسة الإعلامية المنتقاة، وتطبيق المواد التي تعلمها الطالب في الإنتاج المسموع والمرئي، المشاركة الفعلية مع فرق العمل الاحترافية في الميدان.		
2	الاتصال الاستراتيجي في العلاقات العامة Strategic Communication in Public Relation	340 علق
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالمعارف والمهارات التحليلية والتخطيطية الأساسية للاتصال الاستراتيجي في بيئة العمل الديناميكية الحديثة، وعمليات التخطيط والبحث في العلاقات العامة الحديثة، كما يطبق الطالب نظريات ونماذج العلاقات العامة التي ظهرت على أيدي باحثين في هذا المجال، والمهارات الأساسية المطلوبة لممارسة الاتصال الاستراتيجي.		
2	الاتصال الاستراتيجي في الإعلان Strategic Communication in Public Advertisement	341 علق
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بماهية الإعلان وتطوره وعلاقاته بالاتصال والتسويق وآثاره المجتمعية، ومعرفة العوامل الاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية المهنية Ethics للإعلان والترويج، والتعرف على المفاهيم الأساسية في التخطيط الاستراتيجي للإعلان وشراء الوسائل الإعلانية، والتعرف على الوكالات الإعلانية والأدوار التي تلعبها والصناعة الإعلانية في عمومها، والقدرة على تحليل العوامل التي من خلالها يتم اتخاذ القرارات حول الإعلان في كل وسيلة إعلامية والأسس الكمية والنوعية للاختيار، والتعرف على المفاتيح الأساسية للاتصال التسويقي (الإعلان، الترويج، والتسويق، والإنترنت) وكيفية اندماجها لتحقيق الرسالة الاتصالية، والتعرف على كيفية استخدام الوسائل الإعلامية المختلفة في الإعلان وذلك من إعلام تقليدي (إذاعة، وتلفزيون، وصحف ومجلات، والوسائل المساندة مثل إعلانات الطرق) والإعلام الجديد مثل الإنترنت، والتسويق المباشر، واكتشاف إيجابيات وسلبيات كل وسيلة إعلامية من الناحية الإعلانية، والاطلاع على أسس تصميم الإعلانات وإخراجها حاسوبياً، ومعرفة كيفية تحديد الرسائل الإعلانية واستراتيجياتها، وكيفية تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية.		
2	تصميم الحملات الإعلامية والإعلانية Media and Advertisement Campaigns Designing	342 علق
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمفهوم الحملة الإعلامية، وأنواعها، ومناهجها، وماهية الاتجاهات والمعتقدات والقيم والدوافع وعلاقتها بالحملات الإعلامية، والخطوات الإجرائية للحملات الإعلامية، ومفهوم الحملة الإعلانية، وخطوات تخطيط الحملات الإعلانية.		
2	الكتابة للعلاقات العامة Writing for Public Relations	343 علق
يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمراحل تطور وأهمية الكتابة في العلاقات العامة في المؤسسات والحاجة التي دعت إلى وجود العلاقات العامة والاعتراف بها كعلم حديث، وعمليات الكتابة للعلاقات العامة، وتدريب الطالب فنون التحرير والكتابة في العلاقات العامة التي ظهرت على أيدي باحثين في هذا المجال بأهمية الكتابة للعلاقات العامة ودورها الحيوي في المؤسسات، خصوصاً في وقت الأزمات.		

2	تنظيم المؤتمرات والمناسبات Organizing of Conventions and Events	344 علق
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بمراحل تطور وأهمية تنظيم المؤتمرات والندوات والحاجة التي دعت إلى وجودها والاعتراف بها كعلم حديث من علوم العلاقات العامة، وعمليات التخطيط والتنفيذ في المؤتمرات والندوات، ونظريات ونماذج من المؤتمرات والندوات التي ظهرت على أيدي الممارسين والباحثين في هذا المجال، وبدور العلاقات العامة الحيوي في المؤتمرات والندوات.</p>		
2	العلاقات العامة والأزمات Public relations and crises	345 علق
<p>يهدف المقرر إلى تعريف الطالب بالأسس والقواعد النظرية لكيفية إدارة العلاقات العامة في المؤسسات للأزمات التي يتعرض لها، والقواعد العامة لإتصالات الأزمة، وكيفية استخدام الإستراتيجيات العلاجية والوقائية للتعامل مع الأزمات، وأهم الأنشطة الإتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بهدف بناء أو تعديل أو المحافظة على الصورة الذهنية للمنظمة لدى جماهيرها في حالة التعرض للأزمات.</p>		
12	التدريب الميداني (العلاقات العامة - الاتصال الاستراتيجي) Field training: Strategic Communication	346 علق
<p>يهدف المقرر إلى تزويد طلاب التدريب الميداني بجرعات مركزة من التطبيق العملي من خلال قيامه بتصميم دقيق ومتقن لنماذج مختارة من الإعلانات ومواد العلاقات العامة والحملات الإعلامية، وفق ما سبق له دراسته نظرياً في مقررات تلك النماذج. ويحصل الطالب على هذه النواتج بناءً على دعمتين أساسيتين: تركيز الحصيلة المعرفية للطالب بتفاصيل العمل في الإعلان والعلاقات العامة وأساليبها، وإتاحة الفرصة للطالب وإرشاده لتطبيق هذه الحصيلة المعرفية بأسلوب يتميز بالأصالة والإبداع ويتدرّب الطالب في وحدة العلاقات العامة بإحدى المؤسسات الحكومية أو الأهلية لفصل دراسي كامل.</p>		



## ثانياً : برنامج الماجستير

صمم البرنامج ليسهم في إنتاج جيل إعلامي مستوعب للتقنيات والرسالة الإعلامية على أسس علمية للرقمي بمستوى الأداء المهني، ويسعى لإعداد الكفاءات في المجالات الإعلامية المسموعة والمرئية والمقروءة، بحيث تكون مؤهلة علمياً ومدرّبة عملياً.

وفي ظل المتغيرات والتحديات المتسارعة التي يعيشها الإعلام اليوم في إنتاج وإدارة المحتوى والتقنيات المصاحبة له؛ فإن الحاجة أصبحت ملحة لإعداد متخصصين ومتخصصات في تخصصات دقيقة في المجال الإعلامي لرفع مستوى التنافسية في سوق العمل لكلا الجنسين من الرجال والنساء، لذلك فقد قام القسم باستحداث برنامج الماجستير في الإعلام والذي يركّز على تأهيل باحثين متخصصين في مجالات وتقنيات الإعلام.

أهداف برنامج الماجستير :

- تأهيل الدارسين تأهيلاً علمياً متقدماً عن طريق المزج بين الدراسات النظرية والتطبيقات العملية في مجالات الإعلام.
- ربط التأهيل العلمي بحاجات المجتمع المختلفة ومؤسساته الإعلامية، وفقاً لتعاليم الدين الإسلامي والقيم الاجتماعية وأهداف خطط التنمية المستدامة.
- تنشيط البحث العلمي في حقل الإعلام من خلال أبحاث الطالب أثناء دراستهم للمقررات وكتابة رسائلهم العلمية.
- إتاحة الفرصة للتعاون العلمي وتبادل الخبرات في حقل الإعلام بين قسم الإعلام والأقسام الأخرى في المؤسسات الأكاديمية داخل المملكة وخارجها.

شروط الالتحاق ببرنامج الماجستير بقسم الإعلام:

- إضافة إلى شروط القبول الواردة في اللائحة الموحدة للدراسات العليا في الجامعات السعودية والقواعد والإجراءات التنظيمية والتنفيذية للدراسات العليا في جامعة الملك سعود ، فإن القسم يشترط التالي :
1. أن يكون المتقدم حاصل على شهادة البكالوريوس إعلام (انتظام) بتقدير جيد جداً على الأقل.
  2. حصول المتقدم على درجة 70% كحد أدنى في اختبار القدرات العامة للجامعيين.

متطلبات الحصول على الدرجة:

مع مراعاة ما ورد في لائحة الدراسات العليا، فإن القسم يشترط أن يدرس طالب الماجستير (33) ساعة معتمدة لحاملي شهادة البكالوريوس في الإعلام (انتظام) بالإضافة لكتابة رسالة علمية يجيزها المتخصصون وفقاً لأنظمة الجامعة.

## الخطة الدراسية :

## المستوى الأول

عدد الساعات المعتمدة	اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
3	الاتجاهات الحديثة في نظريات الإعلام	علم 550
3	البحوث الإعلامية الكمية	علم 551
3	البحوث الإعلامية النوعية	علم 552
3	قراءات إعلامية باللغة الإنجليزية	علم 514
12	المجموع	

## المستوى الثاني

عدد الساعات المعتمدة	اسم المقرر	رقم المقرر
3	حلقة دراسية عن الإعلام الجديد	علم 554
2	البحوث المسحية	علم 555
2	تحليل المحتوى الإعلامي	علم 556
3	إحصاء تطبيقي في الدراسات الإعلامية	علم 557
10	المجموع	

## المستوى الثالث

عدد الساعات المعتمدة	اسم المقرر	رقم المقرر
3	دراسات نقدية في الإعلام	علم 558
3	الحملات الإعلامية	علم 559
3	حلقة بحث	علم 560
1	إعداد خطة بحث	علم 596
10	المجموع	

## المستوى الرابع

عدد الساعات المعتمدة	اسم المقرر	رقم المقرر
1	رسالة المتطلبات السابقة كل مقررات البرنامج	علم 600

## توصيف المقررات:

رمز رقم المقرر	اسم المقرر	الساعات
550 علم	الاتجاهات الحديثة في نظريات الإعلام	3
يعرض على الطالب مجموعة من النظريات الحديثة في مجال الاتصال الجماهيري مع إلقاء الضوء على النظريات التي بزغت من بداية سبعينات القرن الماضي ولا يزال لها أصداء في جانب الممارسة النظرية والتطبيقية في مجال بحوث الإعلام. وعمل التطبيقات اللازمة لربط هذه النظريات بواقع تصميم وتنفيذ البحوث الإعلامية.		
551 علم	البحوث الإعلامية الكمية	3
يستعرض المقرر التعريف بالبحث العلمي، وأنواع الدراسات والمناهج العلمية الكمية مثل: الدراسات الاستطلاعية، والوصفية، والتطويرية، والتجريبية، وشبه التجريبية. مع تناول خطواتها بشكل مفصل لتشمل تحديد المشكلة وإطارها النظري، وتحديد الأهداف والتساؤلات، وصياغة الفروض، وماهية الدراسات السابقة، وتحديد منهج الدراسة، واختيار العينة، وجمع البيانات وتصنيفها وتحليلها واستخلاص النتائج. كما يتناول المقرر أيضاً قضايا وأخلاقيات البحث العلمي.		
552 علم	البحوث الإعلامية النوعية	3
يتناول المقرر التعريف بالبحث النوعي: أسسه، ونظرياته، واختلافاته عن البحث الكمي. ويشرح أهم مدارس مثل: المدرسة النقدية، والتفسيرية التأويلية، وأهم مناهجه مثل: منهجية النظرية المجردة، والفيومولوجية، ودراسة الحالة، وتحليل الخطاب. كما يشمل عينات البحث النوعي وأدواته وخطواته الإجرائية في تصميم البحث النوعي بشكل عام مع تطبيقات ذلك على الدراسات الإعلامية.		
514 علم	قراءات إعلامية باللغة الإنجليزية	3
يهتم المقرر بالتعريف بأهم المصطلحات الإعلامية والدوريات العلمية باللغة الإنجليزية، مع استعراض لأهم البحوث والدراسات الاتصالية، وتدريب الطلاب على نقد الإطار النظري والإجراءات المنهجية لبعض النماذج البحثية. ويتم تدريس المادة باللغة الإنجليزية.		
554 علم	حلقة دراسية عن الإعلام الجديد	3
هذا المقرر بمثابة مقدمة لوسائل الإعلام والتكنولوجيا الجديدة. تشمل الحلقة الدراسية الأدوات السمعية والبصرية الرقمية ومفاهيمها، والشبكات الاجتماعية وأدوات المشاركة والتفاعل عبر شبكة الإنترنت والوسائط المتعددة وغيرها من أدوات الإعلام الجديد. وتشمل الحلقة الدراسية القائمين بالاتصال والمحتوى وطبيعة الجمهور والقوانين المنظمة لهذه الوسائل في الإعلام الجديد.		
555 علم	البحوث المسحية	2
تعريف الطالب بأهمية البحوث المسحية، وأهدافها، وتصنيفها، والأطر والمنهجيات البحثية المسحية، والمفاهيم المتعلقة بها مع دراسة كيفية تصميم الاستبانة وماهية اختباراتها.		

2	تحليل المحتوى الإعلامي	556 علم
هذا المقرر يمكّن الطالب من معرفة التعريف الخاصة بتحليل المحتوى وكيفية استخدامه وتطبيقه في بحوث الإعلام ومعرفة الإطار المنهجي والخطوات العامة لكي يستطيع من خلالها تطبيق تحليل المحتوى في دراسات وبحوث الإعلام.		
3	إحصاء تطبيقي في الدراسات الإعلامية	557 علم
هذا المقرر يمكّن الطالب من معرفة الأسس الإحصائية والتطبيقات والاختبارات المستخدمة في عرض نتائج الدراسات الإعلامية الكمية وتحليلها، ويستطيع الطالب بعد تعلم الأسس والمهارات الإحصائية أن يقوم بكافة التحليلات الضرورية لقياس المتغيرات الإحصائية وفهم نوعية ومغزى العلاقة بينها بطريقة علمية سليمة. ويشمل المقرر الإحصاء الوصفي والاختبارات الإحصائية الأساسية المستخدمة في الدراسات الإعلامية المعلمية Parametric واللامعلمية Non Parametric مثل: اختبارات ارتباط بيرسون وسبيرمان، وتحليل التباين الأحادي، ومربع كاي، ومعامل الانحدار، وكذلك اختبار التحليل العاملي مع إجراء تطبيقات حاسوبية على برنامج (SPSS).		
3	دراسات نقدية في الإعلام	558 علم
يستعرض المقرر فلسفة الإعلام ونظرياته الكبرى، وعلاقة الإعلام بالعلوم الأخرى والمدارس النقدية، والمقارنة بين النظرية والتطبيق في الممارسة، واستعراض نماذج من التطبيقات النقدية لوسائل الإعلام.		
3	الحملات الإعلامية	559 علم
تخطيط وتصميم وتنفيذ وإدارة الحملات الإعلامية والإقناعية، وتحليل مشكلات وسائل الإعلام وتصميم البرامج والأنشطة المختلفة لمعالجتها، مع التركيز على دراسة الصورة النمطية وكيفية تحسينها من خلال دراسة الحالات الإعلامية لواقع المؤسسات والشخصيات الخاصة والعامة في المجتمعات المحلية والدولية.		
3	حلقة بحث	560 علم
يشتمل المقرر على قراءات معمقة ومهارات نقدية، ومشروعات فردية أو جماعية في مسارات الإعلام المختلفة الحديثة.		
1	إعداد خطة بحث	596 علم
يعد الطالب الخطة لاستكمال رسالته		
1	رسالة	600 علم
المتطلبات السابقة كل مقررات البرنامج		

قائمة برسائل الماجستير التي تم مناقشتها بقسم الإعلام عام 1422هـ - 1441هـ وعددتها 214 رسالة:

م	الاسم	عنوان الرسالة
<b>1423 - 1424 هـ</b>		
1	عبدالرحمن نامي المطيري	الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الصحافة السعودية دراسة ميدانية
2	عايض علي القحطاني	واقع ممارسة أدوار العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص
<b>1424 - 1425 هـ</b>		
3	أحمد ريان باريان	دور وسائل الإعلام في التنقيف الصحي للمرأة السعودية دراسة ميدانية على مدينة الرياض
<b>1425 - 1426 هـ</b>		
4	مفوض عواد العنزي	العلاقات العامة في البنوك التجارية السعودية دراسة في الاتجاهات الإدارية وواقع الممارسة الفعلية
5	عماد جاسم الحمود	تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية دراسة الاستخدامات والإشباع على عينة من سكان مدينة الرياض
6	عبدالله صالح الزهراني	الصورة الذهنية للمعلم في الصحافة السعودية
<b>1426 - 1427 هـ</b>		
7	ناصر سعيد الغامدي	تعرض الجمهور السعودي للبرامج الصحية في القنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة عنها
8	علي ضميان العنزي	نشرة الأخبار التلفزيونية في القنوات العربية ودورها في تقديم القضايا المحلية ومعالجتها دراسة مقارنة
9	سعود فهد السهلي	تعرض طلاب جامعة الملك سعود وطالباتها للمواد التلفزيونية الأمريكية في القنوات الفضائية العربية
10	ماجد سعد الدريهم	دور العلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية
11	مبارك عياد العصيمي	المعالجة الصحفية لأخبار الدفاع المدني في الصحافة السعودية
12	عبدالكريم قاسم الوصابي	أفلام الكارتون في التلفزيون اليمني دراسة تحليلية في القيم والعنف
13	عبدالله راكان التميّاط	استخدامات المواطن السعودي لإذاعة الرياض البرنامج العام وإشباعاتها دراسة مسحية على عينة من الجمهور السعودي بمدينة الرياض
<b>1427 - 1428 هـ</b>		
14	صابر حسن طر	التغطية الإخبارية في القنوات الإخبارية الفضائية دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية
15	سعد عمر السدحان	واقع ممارسة أدوار العلاقات العامة في الشركات الكبرى دراسة تطبيقية مقارنة على أربع شركات سعودية
16	أيمن سعد الحماد	الدور المؤسسي لإدارات العلاقات العامة دراسة مقارنة بين رجال الإعلام و ممارسي العلاقات العامة في الجامعات السعودية
17	خالد فهد السناني	دور الصحافة السعودية في نشر المعرفة السياسية دراسة مسحية على طلاب جامعة الملك سعود
18	علي حمدان الغامدي	واقع ممارسة أدوار العلاقات العامة في الاندية السعودية دراسة وصفية مسحية
19	محمد عوض العنزي	استخدامات التلفزيون وإشباعاته في مدينة عرعر دراسة مسحية
20	أحمد محمد الزهراني	دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية
21	عائض مرزوق الحربي	البث التلفزيوني الفضائي العربي دراسة وصفية تحليلية في التنظيمات والتشريعات
22	نايف مطلق العنبيبي	مصادقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية

1428 - 1429 هـ		
23	نبيل جميل عالم	الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية في الصحافة السعودية دراسة تحليلية وصفية لأربع صحف سعودية
24	عبدالرحمن محمد العقيل	العلاقة بين اتجاهات ممارسي العلاقات العامة حيال أنشطتها في الجمعيات والمؤسسات الخيرية واتجاهات جمهورها
25	فهد مرزوق العتيبي	استخدامات و اشباعات جمهور محافظة الدوادمي لوسائل الإعلام دراسة ميدانية
26	حامد عتيق الغامدي	الصورة الذهنية لقطاع الجوازات في الصحافة السعودية
1429 - 1430 هـ		
26	فيصل محمد العقيل	الصورة الذهنية لجامعة الملك سعود وسمعتها لدى الجمهور السعودي دراسة مسحية على مدينة الرياض
27	بدر عبدالعزيز أبانمي	الإعلام الجديد دراسة نوعية تحليلية لمفهومه وأشكاله وواقعه ومستقبله
28	عبدالرحمن سعد الجبرين	الصحافة العسكرية في المملكة العربية السعودية دراسة تاريخية تحليلية لمجلات الدفاع والأمن والحرس الوطني
1430 - 1431 هـ		
29	فهد عبدالله الغامدي	استخدام طلاب الجامعة دراسة مسحية لثلاث جامعات سعودية
30	محمد علي القحطاني	اعتماد طلاب جامعة الملك سعود على القنوات الفضائية الإخبارية في معرفة القضايا السياسية دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الملك سعود
31	سعد محارب المحارب	المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة دراسة تحليلية
32	فالح محمد البلوي	التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الاقتصادية العربية دراسة تحليلية
1431 - 1432 هـ		
33	فهد سليمان الفراج	العلاقة بين الأمن العام والصحافة دراسة مسحية للناطق الإعلامي في الأمن العام والمحرم الأمني في الصحافة السعودية
1432 - 1433 هـ		
34	جراح فارس العتيبي	استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيس بوك دراسة تطبيقية
35	وحيد عبدالعزيز مراد	استراتيجيات إدارات العلاقات العامة في إدارة الأزمات والكوارث دراسة تطبيقية على الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بالمديرية العامة للدفاع المدني
35	عبدالله عبدالعزيز البريه	الإعلان التلفزيوني والسلوك الشرائي للشباب دراسة على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود بمدينة الرياض
36	حسين عبده نجمي	مدى اعتماد المنشآت السياحية السعودية على الاتصال التسويقي بواسطة الإنترنت دراسة ميدانية على مدينة الرياض
37	سلطان سعد الخميس	تأثير بيئة العمل الداخلية وعلاقتها بخطط وبرامج العلاقات العامة في البنوك السعودية دراسة ميدانية في مدينة الرياض
38	فهد عبدالله المطيري	مدى وعي ممارسي العلاقات العامة بالثقافة الحقوقية دراسة استطلاعية على عينة من منسوبي إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية في مدينة الرياض
39	عبدالرحمن سلطان السلطان	أطر معالجة أزمة أنفلونزا الخنازير في الصحافة السعودية تحليل مضمون لأربع صحف يومية
40	احمد بن الحميدي الدهلاوي	الصورة الصحفية في الصحافة الخليجية دراسة تحليلية لمضمون الصور ومصادرها في صحف الوطن، الرياض، الاتحاد، الأيام، الراية، عمان
41	جميل فرحان العزارة	استخدام طلاب المرحلة الثانوية للإعلام الرياضي التلفزيوني وعلاقته بالعوامل المعرفية دراسة ميدانية على عينة من طلاب منطقة الجوف

42	فيصل علي الغامدي	اتجاهات الجمهور السعودي نحو برامج تلفزيون الواقع في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض
43	عبدالفتاح محمد جان	استخدامات سكان مدينة كابل الأفغانية لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة دراسة ميدانية
44	ابراهيم طاهر مبارك	استخدام طلاب وطالبات جامعة الملك سعود لمواقع الإنترنت الاخبارية
45	شاكر محمد ابوطالب	رؤية القائمين بالاتصال لدور تقنيات الاتصال الحديثة في بيئة العمل التلفزيوني الإخباري في قناتي الإخبارية والاقتصادية
46	شجاع سلطان البقمي	العوامل المؤثرة في اختيار القائم بالاتصال للأخبار الاقتصادية في الصحف السعودية: دراسة مسحية
47	طلال فريح الطويهر	اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو القيم الاجتماعية في الصحافة الالكترونية السعودية دراسة ميدانية
48	فاتن يتييم المنتشري	استخدامات الشباب السعودي لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منها دراسة مسحية
49	صفاء محمد الزوري	العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في المسرح السعودي دراسة ميدانية
1433 - 1434 هـ		
50	سعود شبيب العتيبي	اعتماد طلاب جامعتي الملك سعود و الأمير سلطان على وسائل الإعلام الجديد وقت الأزمات دراسة مسحية
51	ناهس خالد العضياني	استخدام الشبكات الاجتماعية لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض والإشباع المتحققة منها
52	فواز منزل العنزي	استخدام تطبيقات الإنترنت في العلاقات العامة دراسة تطبيقية على أكبر مائة شركة من شركات القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية
53	بندر عبدالله الحقباني	النشر الإعلامي للعلاقات العامة بالمنشآت الحكومية والخاصة في الصحافة السعودية دراسة تحليلية مقارنة في الفترة من 1/1/1432 هـ حتى 30/12/1432 هـ
54	عبدالعزيز سعيد الخياط	اتجاهات موظفي إدارات العلاقات العامة في الجامعات الحكومية والأهلية بالمملكة العربية السعودية نحو التدريب دراسة مسحية على عينة من الجامعات
55	تركي عبدالرحمن الشلهوب	اعتماد النخب السعودية على الصحافة المطبوعة و الالكترونية في معرفة قضايا المجتمع دراسة مسحية على عينة من النخب السعودية في مدينة الرياض
56	راشد بدر الشرافي	تعرض الجمهور السعودي للإعلانات الصحية وتأثيرها في أنماط سلوكهم الشرائي دراسة ميدانية في مدينة الرياض
57	ناصر مطر العتيبي	أستخدامات العاملين بجهاز حرس الحدود لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها وانعكاس ذلك على أدائهم الوظيفي دراسة مسحية
58	سيف ناصر المشعلي	مصادقية الصحافة الالكترونية في نشر أخبار الفساد دراسة ميدانية على عينة من النخبة السعودية
59	راكان محمد الحميضي	استخدامات إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية لتقنية المعلومات
60	نايف غرمان الشهري	دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات النخب نحو السياسة الخارجية للمملكة العربية السعودية
61	بدور أحمد حماده	ممارسات الإعلاميين العرب في وسائل الإعلام الجديدة دراسة مسحية على موقع الفيس بوك
62	الجوهرة عويض المطيري	مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة كمصدر للمعلومات عن الثورات العربية دراسة تطبيقية على طلاب الجامعات السعودية
63	ندى ناصر الاحمري	السمعة المؤسسية للخطوط الجوية العربية السعودية في الصحافة المحلية دراسة مسحية على عينة من الصحف السعودية الإلكترونية والورقية
64	لطيفة عبدالعزيز الحميد	استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية للدراما عبر الإنترنت والإشباع المتحققة دراسة مسحية
1434 - 1435 هـ		
65	حسين عايض القحطاني	دور العلاقات العامة في نشر ثقافة الحكومة الالكترونية



66	خالد محمد القحطاني	الخدمات الإخبارية في الصحافة الإلكترونية السعودية دراسة تحليلية مقارنة بين النسخ الإلكترونية للصحافة الورقية والمواقع الإخبارية المستقلة
67	عماد محمد المنيفر	اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية نحو توظيف الإعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية دراسة مسحية للممارسين في الخارجية السعودية
68	محمد عبدالمحسن الأحمد	الترفيه الإعلامي الموجه للمرأة السعودية من أجل التنمية دراسة تطبيقية على طالبات الجامعات السعودية بمدينة الرياض
69	عبدالله مشبب الاحمري	الممارسة المهنية الإخبارية دراسة تطبيقية على محرري الأخبار بوكالة الأنباء السعودية
70	رجب عبد مونيغو	القيم الإخبارية في الصحافة الأوغندية تحليل مضمون لصحيفتي نيو فيجن و دبلي مونيتزر
71	عاصم عمر آل الشيخ	اعتماد أساتذة الجامعات السعودية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على الأخبار دراسة مسحية
72	عبدالله منصور المنصور	اتجاهات الأسرة السعودية في الرياض نحو الإعلانات في الإنترنت وعلاقته بالسلوك الشرائي دراسة مسحية
73	احمد ابراهيم المسيند	استخدامات الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الجديد والإشباع المتحققة الشبكات الاجتماعية نموذجاً: دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين في مدينة الرياض
74	بندر صالح الباهلي	حملة القرار بيدك لترشيد المياه لسكان مدينة الرياض دراسة مسحية تقييمية
75	عبدالرحمن منسي العُمري	الصورة الذهنية لوزارة التربية والتعليم السعودية لدى المعلمين في مدينة الرياض
76	زكريا حسين أحمد	البناء الفني والتحريري للتقارير الإخبارية الميدانية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية
77	ايمان محمد الخطاف	اعتماد المرأة السعودية في المنطقة الشرقية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية
78	نهى وليد أبو الفرج	صورة المملكة العربية السعودية في الصحف اليابانية دراسة تحليلية
79	نجد محمد العتيبي	معالجة الصحافة السعودية والأمريكية للأحداث الإرهابية المحلية والدولية دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي الرياض السعودية والواشنطن بوست الأمريكية
80	لينا عبدالله الزامل	اتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق من خلال إعلانات الهاتف المحمول
81	تغريد مقعد المقاطي	فهم وتذكر المحتوى التلفزيوني لدى ذوي الإعاقة الذهنية دراسة تجريبية على تفاعل طالبات الإعاقة الذهنية في الرياض مع تلفزيون الانترنت
82	فريده صالح العتيبي	اهتمامات النخب السعودية في تويتر دراسة تحليلية
83	تسنيم محمد الغانمي	تقييم الجمهور العربي لدور تويتر في تدعيم ثقافة الحوار
84	ابتسام حمد الزومان	صورة المرأة في الصحافة الإلكترونية
85	فاتن محمد الشائع	تقييم أداء إدارات العلاقات العامة النسائية ومدى توظيفها للإعلام الجديد دراسة مسحية على موظفات العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية والخاصة بمدينة الرياض
86	لمياء حمدان العنزي	دور الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية للشباب دراسة مسحية مطبقة على عينة من طلاب و طالبات جامعة الملك سعود
87	ندى محمد الشهري	دور إدمان الفيس بوك face book في ترسيخ العزلة دراسة مسحية على عينة من طلاب و طالبات الجامعات في منطقة الرياض
88	اسماء سعد آل الذيب	اتجاهات طالبات جامعة الملك سعود نحو شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية
89	رقية حسن لطف	أطر معالجة الصحافة الإلكترونية السعودية لقضايا العنف الأسري تحليل مضمون صحيفتي الوطن و سبق
90	ايناس علي آل كدم	استخدامات الطلاب والطالبات للحاسب اللوحي الآي باد و الإشباع المتحققة لهم دراسة مسحية مقارنة بين جامعتي الملك خالد وجيزان
91	نوف سعد القحطاني	استخدامات النخب السعودية لشبكة تويتر و الإشباع المتحققة منها دراسة مسحية

أولويات القضايا السياسية لدى كتاب الرأي في الصحافة السعودية اليومية صحيفتي الرياض والحياة أتمودجا منذ 17 ديسمبر 2010 م إلى 31 ديسمبر 2012 م دراسة تحليلي مضمون	تهاني سالم العصلاي	92
توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القدرة التنافسية للعلاقات العامة دراسة مسحية على شركات الاتصالات في مدينة الرياض	مي محمد الجربوع	93
دور الإعلام الجديد في تدعيم ثقافة الحوار لدى الطالبات جامعات مدينة الرياض نموذجا	امل حميد المطيري	94
معالجة الصحافة السعودية لقضايا المرأة دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف التقليدية والإلكترونية	نوره عبد القادر عامر	95
معالجة الصحافة السعودية الورقية والإلكترونية لقضايا التعليم العالي دراسة تحليلية	ريم غازي الصالح	96
صورة وزارة الصحة في الصحافة السعودية	مشاعل عمر الجلال	97
دور الحملات الإعلامية الصحية في توعية النساء بسرطان الثدي	رنا عمر الفاخري	98
معالجة القنوات الفضائية الإسلامية لقضايا حقوق الإنسان دراسة تحليلية على برامج الرأي في قناتي اقرأ والمجد	إكرام عبدالعليم الزيد	99
توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة دراسة مسحية على المنشآت الصحية في مدينة الرياض	منال سالم الخنبشي	100
استخدامات طالبات جامعة الملك سعود للصحف الإلكترونية والمطبوعة والإشباع المتحققة منها دراسة مقارنة	هند احمد الجارالله	101
دور الشبكات الاجتماعية في تنمية مشاركة الشباب السعودي في القضايا المجتمعية - دراسة مسحية على شبكة تويتر	شروق محمد الشائع	102
المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في المنشآت السعودية الخاصة دراسة ميدانية	دلال رشيد الخمييسي	103
استخدام الاتصال التسويقي المتكامل في الشركات السعودية والبريطانية الكبرى دراسة مقارنة	نوره عبدالكريم النملة	104
1435 - 1436 هـ		
استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل الإعلام الجديد في الجامعات السعودية الحكومية دراسة مسحية	خالد مطلق العنزي	105
التأثيرات الثقافية للسلسلات التركية على طلاب جامعة صنعاء- دراسة مسحية	عبدالمجيد أمين طلحة	106
تطبيقات وسائل الإعلام الجديد في العلاقات العامة	سعود علي السيف	107
دور العلاقات العامة في الشركات المساهمة بمدينة الرياض في تدعيم المشاركة المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	خلود متعب المطيري	108
معالجة قضايا المرأة الاجتماعية في المجالات الإلكترونية النسائية السعودية دراسة تحليلية	نسيبه صالح الحسون	109
دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السعودي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في الصحف الورقية السعودية	فاطمه ابراهيم الراشد	110
العلاقة بين اعتماد النخب في المجتمع السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي وتحقيق الأمن الفكري دراسة مسحية	أبرار منصور الجديد	111
العوامل المؤثرة في ممارسة المرأة للعلاقات العامة بالجامعات السعودية دراسة مسحية للجامعات الحكومية والأهلية في مدينة الرياض	العنود محمود العمران	112
1436 - 1437 هـ		
استراتيجية العلاقات العامة في تنمية الموارد المالية في الأندية الأدبية في المملكة العربية السعودية دراسة مسحية	سلمان فهد العتيبي	122
مصادقية المتحدث الإعلامي الرسمي في الجهات الحكومية لدى الشباب السعودي الجامعي دراسة مسحية	فيصل مونس العنزي	123

124	عبدالله مرزوق العتيبي	تأثير تطبيقات الهواتف الذكية في مهارات التواصل الاجتماعي بالمجتمع السعودي دراسة ميدانية على طلاب وطالبات جامعة الملك سعود
125	نجلاء إبراهيم المزين	أطر معالجة الكتاب والكتابات في الصحف السعودية لقضية دخول المرأة السعودية لمجلس الشورى دراسة في تحليل المضمون
126	منى محمد العريفي	العوامل المؤثرة على اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية وتأثيراته
127	فاطمة أسامة مشعل	استخدام طلاب الجامعات السعودية للقنوات الدينية والإشباع المتحققة دراسة مسحية مقارنة بين قناتي المجد واقرأ
128	حنان سليمان العجايي	دور التربية الإعلامية في تدعيم القيم الاتصالية لدى طلاب التعليم العام دراسة مسحية على عينة من المشرفين التربويين في وزارة التعليم السعودية
1437 - 1438 هـ		
129	حسين سعيد مسعد	العوامل المهنية المؤثرة في انتقاء الأخبار وصياغتها لدى القائم بالاتصال - دراسة مسحية على أربع صحف إلكترونية سعودية لعام 2011
130	بندر عمر مجرشي	دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج المحتوى الإخباري للتلفزيون دراسة مسحية
131	ثامر سعد هويشل	تأثير شبكات التواصل الإلكتروني على التفاعل الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع السعودي، دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود
132	فيحان محمد البقمي	إتجاهات النخب السعودية نحو التغطية الإعلامية في قناة الإخبارية
133	أنس محمد الزميع	الصورة الذهنية لمؤسسات رعاية الأيتام بالمملكة لدى الجمهور السعودي في مدينة الرياض دراسة مسحية
134	راند حجي العلوي	استخدامات المكفوفين للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة منها دراسة مسحية
135	صالح عبدالله آل طالب	اتجاهات أساتذة الجامعات السعودية نحو مضامين القنوات الفضائية الإخبارية العربية
136	عبدالله علي القرني	اعتماد الشباب السعودي على شبكة التواصل الاجتماعي تويتر وعلاقته بمدركاتهم نحو رؤية المملكة 2030
137	أيمن صالح الحارثي	دور وسائل الإعلام في التعصب الرياضي دراسة مسحية على عينة من الشباب الجامعي السعودي
138	فهد يحيى بن سميح	تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي
139	فيصل ناصر الدغيثر	معايير التميز المؤسسي في إدارة العلاقات العامة دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية بالمملكة العربية السعودية
140	بندر محمد آل سفران	دور قناتي الإخبارية والعربية في ترتيب أولويات الجمهور السعودي دراسة تحليلية ميدانية
141	سعيد فايز القحطاني	استخدامات الإعلام الجديد في توعية الطلاب بمخاطر التطرف الفكري دراسة مسحية على معلمي المرحلة الثانوية بمدارس مدينة الرياض
142	زياد رجا الحربي	استخدام العلاقات العامة لوسائل الإعلام الجديد في إدارة الأزمات دراسة مسحية على القطاعين الحكومي والخاص بمدينة الرياض
143	أماني عبدالعزيز آل عتيق	استخدام الفتاة السعودية للهواتف الذكية كوسيلة اتصالية وتأثيرها على الاتصال الأسري دراسة مسحية
144	سارة محمد العريفي	دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات الفكرية للشباب السعودي المستخدم للتويتر
145	مناف مضحي العنزي	استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة مسحية مقارنة بين موقعي فيسبوك و تويتر
146	مشاعل زهيان المقاطي	استخدام الاتصال التسويقي المتكامل في شركات الاتصالات السعودية دراسة مسحية على المراكز الرئيسية في مدينة الرياض
147	هيا زيد بن جدوع	دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المبتعثين السعوديين نحو القضايا المحلية دراسة مسحية

148	سوسن عبدالله الحربي	دور الإعلام الجديد في تشكيل المعارف السياسية للشباب الجامعي السعودي تجاه العلاقات العربية العربية
149	مروى فهد البريك	استخدامات الطفل السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة مسحية على عينة من المدارس الابتدائية في الرياض
150	أريج عبدالرحمن الشهري	تعرض الطلبة الجامعيين للإعلانات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بسلوكهم الشرائي
151	بدرية عبدالعزيز العبيد	توظيف المستخدمين السعوديين لتطبيق إنستجرام دراسة ميدانية وتحليلية في سياق المجتمع الاستهلاكي
152	بلقيس فراج الحارثي	العوامل الاتصالية المؤثرة في السلوك الشرائي للطلبة الجامعية
153	وجدان فيصل العوفي	استخدامات طالبات الجامعات السعودية لتويتر وعلاقته برأس المال الاجتماعي
154	أروى محمد السليمان	معالجة الصحف السعودية لقضايا حقوق الإنسان دراسة تحليلية على عينة من الصحف السعودية
155	نوره مطلق المطرفي	اتجاهات الطالبات السعوديات نحو معالجة شبكة تويتر لقضايا المرأة السعودية
156	ميهاب معوض السناني	الاتصال المرئي بين المبصرين و المكفوفين المستخدمين وغير المستخدمين لتطبيق كن عيني الإلكتروني دراسة تجريبية على عينة من المكفوفين في المدينة المنورة
1438 - 1439 هـ		
157	سعد معيوف الزعبي	الصورة الذهنية للبنوك السعودية كما تعكسها مواقعها الإلكترونية
158	أحمد جابر الشهري	تنمية مهارات الاتصال البين ثقافي لطلبة المنح الدراسية بالمجتمع السعودي دراسة ميدانية على طلبة المنح الدراسية بجامعة الملك سعود
159	محمد هزاع المطيري	تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي دراسة مسحية
160	جزاء بجاد البقمي	خصائص التفاعل مع الجمهور في حسابات الوزارات السعودية على تويتر دراسة تحليلية
161	جعفر تركي الزائر	الأساليب الاتصالية للمتحدثين الرسميين في المنطقة الشرقية والعوامل المؤثرة فيها دراسة مسحية
162	مشاري فهد الحميدي	أطر معالجة الصحف السعودية للحملات الإعلامية الموجهة ضد المملكة دراسة تحليلية
163	نبيل عبدالله الشهراني	استخدام معلمي ومعلمات المدارس الثانوية بمدينة الرياض لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة مسحية
164	حسن أحمد محرق	التحولات في إيكولوجيا المؤسسات الإعلامية دراسة استشرافية لمقومات بقاء واستمرار المؤسسات الصحفية الخليجية
165	علياء فؤاد قاضي	إدراك طالبات الجامعات السعودية للقيم التي تعكسها الإعلانات المقدمة عبر الفضائيات العربية
166	براءة حمد آل موسى	أطر المعالجة الإخبارية لموضوعات الجريمة في الصحف السعودية الورقية و الإلكترونية دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي لعينة عكاظ الورقية و سبق الإلكترونية
167	نوره سعد آل الذيب	اعتماد طلاب الجامعات السعودية على الهواتف الذكية في التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية
168	سحر صالح السديري	دور الحملات الإعلامية الصحية في التأثير على السلوكيات الوقائية للأسرة السعودية دراسة مسحية
169	هند أحمد العبيد	دور الألعاب الاتصالية التفاعلية في التأثير على قيم الشباب دراسة مسحية على طلاب وطالبات جامعة الملك سعود
170	أماني حمدان الغانمي	العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة المجتمعية لدى طالبات جامعة الملك سعود دراسة مسحية
171	ريهام ناصر المهنا	إدراك مستخدمي تويتر لدوره في تكوين الصور النمطية العنصرية في المجتمع السعودي دراسة مسحية على عينة من طلاب الجامعات السعودية في إطار نظرية تأثرية الآخرين

172	افنان عوض الله السلمي	دور العلاقات العامة بممارسة المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود وعلاقتها بسمعتها لدى طالبات الجامعة دراسة مسحية
173	رقية سعيد عسيري	دور اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الأزمات في السعودية دراسة تحليلية وميدانية
174	فاتن سعود الرزيقي	دور تويتر في ترتيب أولويات الرأي العام العربي نحو القضايا العربية
175	منى منصور المسعودي	دور العلاقات العامة في بناء السمعة المؤسسية لوزارة التعليم العالي
176	لمياء برجس الدويش	اتجاهات مستخدمي تويتر نحو قضايا المرأة في المجتمع السعودي
177	نوف سعود السيارى	دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي دراسة مسحية على طلاب وطالبات جامعة الملك سعود
1439 - 1440 هـ		
178	خالد مشرع العتيبي	الإعلانات الطبية في الصحف السعودية اليومية دراسة تحليلية
179	وايل سلطان المطيري	السمعة المؤسسية لشركات الاتصالات السعودية لدى الجمهور العام دراسة مسحية في مدينة الرياض
180	محمد أنيس بامقيدح	منظومة دراماتيكا في الإعلان التلفزيوني دراسة تحليلية للسرد القصصي الدرامي في إعلانات العلامات التجارية العربية
181	مصطفى عبدالله الشهري	قضايا المجتمع السعودي في تغريدات كتاب الرأي للصحف السعودية اليومية دراسة تحليلية
182	محمد هدي الحربي	دور الإعلام الاجتماعي في توجيه الأسرة السعودية نحو القضايا المجتمعية
183	فيصل علي بن شنار	تأثير بيئة العمل الداخلية على خطط وبرامج العلاقات العامة في وزارة العدل بالمملكة العربية السعودية دراسة مسحية
184	سعود ابراهيم الفحيز	التعرض للقنوات التلفزيونية العربية الإخبارية وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية عند الجاليات العربية المقيمة بمدينة الرياض
185	وليد عبد الرحمن بن نومان	دور إذاعة القرآن الكريم في تعزيز الأمن الفكري لدى الجمهور السعودي
186	شاهين عامر المطيري	دور الإعلام الرقمي في تكوين المعرفة السياسية لدى الشباب السعودي دراسة مسحية
187	ناصر عبدالله المطوع	توظيف المؤسسات التعليمية تويتر في التواصل مع الجمهور دراسة مسحية
188	أحمد مبارك العنزي	الصورة الذهنية لشركة اتحاد الاتصالات موبايلي لدى النخب السعودية دراسة مسحية
189	ريم عبدالله المطيري	مدى التزام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بالضوابط الأخلاقية والقيمية من وجهة نظر الشباب السعودي في مدينة الرياض دراسة مسحية
190	أسماء عبدالله الصياح	الدبلوماسية العامة الرقمية عبر تويتر دراسة تحليلية لتغريدات السفارات الأجنبية في المملكة العربية السعودية
191	شفاء هادي حامطي	توظيف الجمعيات الخيرية السعودية لوسائل الاتصال للتوعية بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة دراسة مسحية على عينة من الجمهور العام والعاملين بالجمعيات الخيرية
192	مرام مساعد العصيمي	مستقبل الدبلوماسية الرقمية السعودية في ظل التحولات الدولية الراهنة مركز التواصل الدولي أنموذجاً دراسة كمية وكيفية
193	أمجاد محمد اليوسف	أطر تقديم القضايا الاقتصادية للشباب عبر مواقع الصحف السعودية دراسة تحليلية مقارنة قبل و بعد رؤية 2030
194	أمينة حسن الفيافي	اعتماد الشباب السعودي على الصحف الإلكترونية في استقاء المعلومات عن الحروب عاصفة الحزم أنموذجاً
195	نهى عبدالرحمن الشثري	أطر معالجة الفيلم الوثائقي العربي للقضايا السياسية دراسة تحليلية لقناة الجزيرة الوثائقية
196	فاطمة مدعت الدوسري	دور المصادر الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لطلاب المرحلة الثانوية في المدارس السعودية

197	ريم حمدان الغامدي	سمات إدارة النقاش العام حول القضايا السياسية لدى مستخدمي تويتر
198	ميثاق عبدالله السلطان	اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدراما التركية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية
199	فاطمة الزهراء أمير النجار	أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية دراسة تحليلية
200	آية محمود نحاس	القيم التي تعكسها المضامين المقدمة ببرامج الأطفال التليفزيونية دراسة تحليلية
201	منى حمدان العنزي	دور تويتر في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي من خلال التسويق الإعلامي لاقتصاد المعرفة دراسة مسحية مطبقة على طلبة جامعة الملك سعود
202	فاتن تركي الدوسري	فاعلية الاتصال التسويقي المتكامل في المشروعات الصغيرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
203	أماني ابراهيم نصار	العلاقة بين تداول الوسوم على تويتر والقرارات الحكومية في المملكة العربية السعودية دراسة مسحية
204	روان صالح الهشبول	توظيف إدارات العلاقات العامة في الجامعات الحكومية السعودية لتويتر في دعم العلاقة مع الجمهور الداخلي دراسة تحليلية ميدانية
205	لميس عبدالرحمن السحبياني	دوافع استخدام سناب شات في مشاركة الحياة الخاصة وانعكاسها على القيم الاجتماعية لطالبات جامعة الملك سعود دراسة كيفية
206	حنان صالح العمرو	دور تويتر في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو قضايا الفساد الاقتصادي دراسة مسحية على طلاب وطالبات جامعة الملك سعود
207	أمل عيسى المالكي	أطر تعليقات القراء في الصحف الإلكترونية السعودية نحو الأزمات في القطاع الصحي دراسة تحليلية
208	نوره عبدالله العنيزان	اعتماد الشباب الجامعي السعودي على الإعلانات التفاعلية في الإنترنت وأثرها على سلوكهم الشرائي
209	ديمه سعد المقرن	المبادئ الحوارية في حسابات الانستغرام للعلامات التجارية السعودية دراسة تحليلية
210	فاتن دحيم الروقي	دور وسائل الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف النخب الأكاديمية حول رؤية 2030 دراسة مسحية مقارنة
211	ألاء سعيد بقرشان	المضامين التشاركية في صحافة المواطن دراسة تحليلية مقارنة بين موقعي عكاظ السعودي واليوم السابع المصري
212	ساره محمد سعيدان	استخدام العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في بناء وتحسين الصورة المؤسسية دراسة حالة على شركة الاتصالات السعودية اس تي سي
213	سلوى عبدالله المهنا	دور الأنشطة الاتصالية بالجهات الرقابية في تعزيز قيم النزاهة في المملكة العربية السعودية دراسة مسحية
214	نوره ماجد العشاي	دور تويتر في تشجيع العمل التطوعي بين الشباب في مدينة الرياض

## ثالثاً : برنامج الدكتوراه

صُمم برنامج الدكتوراه بالقسم ليحقق الريادة والتميز العلمي والأكاديمي محلياً وعالمياً والمساهمة في بناء مجتمع المعرفة من خلال تأهيل أكاديميين قادرين على رفع كفاءة أداء المؤسسات الأكاديمية والإعلامية الحكومية والخاصة. وإعداد جيل جديد من الباحثين المتميزين في دراسات الاتصال والإعلام الرقمي قادرين على تقديم إنتاج علمي وبحثي يتسم بالأصالة والابتكار، ويسهم في خدمة المجتمع، وفي بناء اقتصاد المعرفة، وذلك من خلال الدراسة النظرية والمنهجية لأحدث ما أنتجته العقول العربية والعالمية، وبما يتفق مع التعاليم والقيم والثقافة العربية والإسلامية، ويرتبط في الوقت ذاته بقضايا المجتمع السعودي والعربي، ويلبي الاحتياجات البحثية المطلوبة أكاديمياً ومهنياً.

أهداف البرنامج:

- إكساب الطلاب والطالبات المهارات اللازمة لإعداد بحوث علمية رصينة، تتسم بالأصالة والابتكار في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وتأهيل باحثين قادرين على توظيف أهم المستجدات النظرية والمعرفية والمنهجية في خدمة البحث العلمي وخدمة قضايا المجتمع.
- تنمية المدخل البيني في دراسة علوم الاتصال لدى الطلاب والطالبات.
- تطوير البحث العلمي من خلال تحديث أجندة الأولويات البحثية ودعم المشروعات العلمية المتميزة في الاتصال والإعلام الرقمي.
- دعم الشراكة العلمية بين قسم الإعلام وغيره من أقسام الإعلام في الجامعات المحلية والعالمية الأخرى، وبينه وبين مؤسسات الإعلام ومراكز صناعة القرار في المجتمع.
- تغذية الجامعات ومراكز البحوث العلمية ومراكز صنع القرار في المملكة العربية السعودية بباحثين وأكاديميين مؤهلين للتدريس الجامعي وإنتاج المعرفة العلمية.
- إمداد المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة ومؤسسات الأعمال المختلفة بقيادات متميزة أكاديمياً وعلمياً للنهوض بها وتطويرها.

شروط الالتحاق بالبرنامج:

إضافة إلى شروط القبول الواردة في اللائحة الموحدة للدراسات العليا في الجامعات السعودية والقواعد والإجراءات التنظيمية والتنفيذية للدراسات العليا في جامعة الملك سعود، فإن القسم يشترط التالي:

1. أن يكون المتقدم حاصلاً على درجة الماجستير في الاتصال والإعلام الرقمي بتخصصاته: (صحافة، إذاعة وتلفزيون، علاقات عامة) من جامعة الملك سعود أو ما يعادلها بتقدير لا يقل عن جيد جداً إذا كانت من جامعة تمنحها بتقدير.
2. أن يكون المتقدم حاصلاً على درجة لا تقل عن (45) درجة في اختبار (TOEFL IBT) أو (450) درجة في اختبار (TOEFL PBT) أو (4) درجة في اختبار (IELTS) أو (60) درجة في اختبار (STEP).
3. نشر أو الحصول على قبول للنشر لورقة علمية واحدة على الأقل في مجلة علمية محكمة، سواء كان هذا البحث عبارة عن مستخلص من رسالة الماجستير أو بحث جديد في تخصص الاتصال والإعلام الرقمي.



متطلبات الحصول على الدرجة:

أن يجتاز الطالب (34) وحدة دراسية من مقررات البرنامج واجتياز الاختبار الشامل بنجاح، قبل إتمام رسالة الدكتوراه (12) ساعة معتمدة واجتيازها بنجاح، وتفصل على النحو الآتي:

عدد الساعات		المتطلب	
34	28	مقررات إجبارية	المقررات الدراسية
	6	مقررات اختيارية	
0		الاختبار الشامل	
12		الرسالة	
46		المجموع	

الخطة الدراسية للبرنامج:

#### المستوى الأول

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
3	0	3	نظريات الاتصال وتطبيقاتها في بحوث الإعلام	601 تصل
3	0	3	الإحصاء التطبيقي في دراسات الاتصال	602 تصل
3	0	3	مناهج البحث في علوم الاتصال (1)	603 تصل
9			المجموع	

#### المستوى الثاني

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
3	0	3	مناهج البحث في علوم الاتصال (2) متطلب سابق مناهج البحث في علوم الاتصال (1)	604 تصل
3	0	3	ثقافة الإنترنت وتطبيقات الإعلام الرقمي	605 تصل
3	0	3	الاتجاهات الحديثة في الاتصال والإعلام الدولي	606 تصل
9			المجموع	

#### المستوى الثالث

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
3	0	3	اقتصاديات وسائل الإعلام	607 تصل
1			إعداد خطة بحث	699 تصل
3			مقرر اختياري (1)	تصل
3			مقرر اختياري (2)	تصل
9			المجموع	

## المستوى الرابع

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
3	0	3	حلقة نقاش في موضوع متخصص	616 تصل
3	0	3	حلقة بحث متقدمة	617 تصل
6			المجموع	

## المستوى الخامس

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
0	0	0	الاختبار الشامل متطلب سابق 34 ساعة معتمدة	700 شامل

## المستوى السادس

الساعات المعتمدة			اسم المقرر	رقم ورمز المقرر
المجموع	عملي	نظري		
12			الرسالة متطلبات سابقة 699 تصل و 700 شامل	700 تصل

قائمة المقررات الاختيارية: يختار الطالب في المستوى الثالث مقررين بما لا يقل عن (6) وحدات دراسية:

م	رقم المقرر ورمزه	مسمى المقرر	عدد الوحدات الدراسية
1	608 تصل	الصحافة الإلكترونية	3
2	609 تصل	الإنتاج الإعلامي والرقمي	3
3	610 تصل	العلاقات العامة الرقمية والتسويق الرقمي	3
4	611 تصل	تشريعات الإعلام وأخلاقياته	3
5	612 تصل	المناهج الحديثة في تدريس الإعلام	3
6	613 تصل	الرأي العام	3
7	614 تصل	الإعلام الرقمي وقضايا المجتمع	3
8	615 تصل	الدبلوماسية العامة والاتصال الثقافي	3

وصف مقررات البرنامج :

3	نظريات الاتصال وتطبيقاتها في بحوث الإعلام	601 تصل
<p>يتناول هذا المقرر مراحل تطور نظريات الاتصال مع التركيز على استخدامها في دراسات الاتصال ومدى إمكانية تطبيقها على الإعلام الرقمي. ومن النظريات التي سيتناولها المقرر: نظريات الاستخدامات والاعتماد على وسائل الإعلام وتطبيقاتها البحثية، ونظريات التأثير وتطبيقاتها البحثية، والتمثيلات الإعلامية (بناء الصور النمطية وتشكل الهوية في خطاب وسائل الإعلام)، ونظريات الجمهور، ونظريات القائم بالاتصال وتطبيقاتها البحثية، المقاربات العلمية والمجال أو الفضاء العمومي عربياً وعالمياً. والنظريات الجديدة في الإعلام الرقمي. يتطلب المقرر تقديم أوراق علمية يتناول فيها مجموعة من النظريات وتطبيقها على الإعلام الرقمي.</p>		
3	الإحصاء التطبيقي في دراسات الاتصال	602 تصل
<p>يحضر هذا المقرر الطلاب لتنفيذ العمليات الإحصائية على بيانات الدراسات الكمية في دراسات الاتصال والإعلام الرقمي واستخراج النتائج وتفسيرها. يتعلم الطالب والطالبة خلال هذا المقرر كيفية استخدام الأساليب الإحصائية الشائعة في علوم الاتصال، مع استيعاب الاستنتاجات العلمية، والتطبيقات الإحصائية، والقيود المحتملة للاختبارات الإحصائية الرئيسية. كما يتناول المقرر تحليل ونقد العمليات الإحصائية للبحوث المنشورة في المجالات العلمية. ومن أهم موضوعات المقرر: التعامل مع البيانات إحصائياً، الإحصاء الوصفي والاستدلالي، ومعامل الارتباط، والتحليل العامل. ويتطلب المقرر إتقان الطالب والطالبة لاستخدام برامج الإحصاء على الحاسب الآلي وتنفيذ العمليات الإحصائية بمشروعات فردية وجماعية.</p>		
3	مناهج البحث في علوم الاتصال (1)	603 تصل
<p>يتم خلال هذا المقرر تناول مفهوم البحث العلمي ومراحله وأنواع البحوث والمناهج المستخدمة في حقل الدراسات الكمية في المجالات الاجتماعية والإنسانية وتطبيقاتها في مجال الإعلام، والاتجاهات الحديثة في إعداد الخطط والمشروعات البحثية، وكذلك أنواع العينات المستخدمة في بحوث الإعلام الكمية، وأساليب وأدوات التحليل التقليدية والمستحدثة، وطرق توظيفها في بحوث ودراسات الإعلام والاتصال الرقمي. كما سيتم تناول الدراسات التجريبية. وسيطبق الطالب والطالبة هذه المناهج من خلال دراسات مصغرة بشكل فردي وجماعي.</p>		
3	مناهج البحث في علوم الاتصال (2)	604 تصل
<p>يتناول هذا المقرر مناهج وأساليب تحليل الخطاب، والتحليل الثقافي، ومنهج الدراسات الاثنوغرافية، وطرق وأدوات جمع البيانات والمعلومات في البحوث الكيفية، مثل مجموعات النقاش البؤرية، ودراسات الحالة، والملاحظة الميدانية بأنواعها، والمقابلات الفردية المتعمقة، وتحليل الخطاب، والتحليل الأسلوبي والدلالي وغيرها. وسيطبق الطالب والطالبة هذه المناهج من خلال دراسات مصغرة بشكل فردي وجماعي.</p>		
3	ثقافة الإنترنت وتطبيقات الإعلام الرقمي	605 تصل
<p>يكتف هذا المقرر البعد التنظيري لثقافة الإنترنت من خلال استعراض أهم الدراسات التي تم إجراؤها منذ ظهور الإنترنت، وكذلك على الدراسات الإمبيريقية التي تناولت تطبيقات الإعلام الرقمي، وتحليل الأبعاد الاجتماعية، والسياسية، والتعليمية في وسائل التواصل الاجتماعي، وكتابة المدونات ومشاركة المحتوى، والمشكلات المتعلقة بالخصوصية وحقوق الملكية. سيقوم الطالب والطالبة -من خلال تحليل الأدبيات الحديثة- ببناء تصور ثقافي للإنترنت والإعلام الرقمي وتقديم دراسة تبين هذا التصور.</p>		

3	الاتجاهات الحديثة في الاتصال والإعلام الدولي	606 تصل
<p>يتناول هذا المقرر مفاهيم وسمات الاتصال والإعلام الدولي، والعلاقة بين تكنولوجيا الاتصال وتطور النظام الدولي من ابتكار التكنولوجيا وحتى مرحلة العولمة، وبحوث الهوية الثقافية، كما يستعرض العلاقة بين الاتصال والإعلام الدولي والهوية الثقافية، مع دراسة نظريات الاتصال الدولي، والرؤى الفلسفية مثل رؤية صمويل هنتغتون وصدام الحضارات، وفرانسيس فوكوياما ونهاية التاريخ. وسيطلب من الطلاب والطالبات تقديم أوراق علمية توضح رؤاهم تجاه هذه الاتجاهات.</p>		
3	اقتصاديات وسائل الإعلام	607 تصل
<p>يتناول هذا المقرر أنماط ملكية وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة، وما تثيره من إشكاليات، ومصادر تمويل المؤسسات الإعلامية وعلاقتها بسياسات هذه الوسائل واستقلاليتها، وكذلك اقتصاديات الصحافة والإعلام الإلكتروني، وعلاقتها بمستقبل صناعة الإعلام التقليدي والرقمي، وتجارب إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية في المجتمعات المعاصرة وغيرها. يتطلب هذا المقرر دراسة جدوى تقدم كمشروع جماعية لمؤسسة إعلامية تعنى بالإعلام التقليدي أو الإعلام الرقمي.</p>		
3	الصحافة الإلكترونية	608 تصل
<p>يتناول هذا المقرر معالم التطور الرقمي في البنية الأساسية للاتصال و الإعلام، واستعراض نماذج الاتصال و الإعلام على شبكة الإنترنت و مستوياتها، و صحافة الشبكات و خصائصها وأشكالها و مستوياتها - صحافة المواطن. ويتناول كذلك التجربة الفعلية للصحفيين والمحررين في صحافة الشبكات - الصحافة والتحرير في صحافة الشبكات، وتصميم وتحرير الصحف الإلكترونية، مع استعراض اقتصاديات وإدارة مواقع الصحف الإلكترونية. يتطلب هذا المقرر إنشاء صحيفة إلكترونية تجريبية بكامل محتوياتها.</p>		
3	الإنتاج الإعلامي والرقمي	609 تصل
<p>يستعرض هذا المقرر مفاهيم وأسس الإنتاج الإعلامي ومراحل في وسائل الاتصال التقليدية والرقمية، والوقوف على الفروق الأساسية في الإنتاج بين تلك الوسائل، ودراسة خصائص ومجالات ومهارات استخدام الأدوات السمعية والبصرية واستحداثاتها المتمثلة في التطبيقات الرقمية الحديثة المستخدمة في بيئة الإنترنت، كما يتعرف الطالب من خلال هذا المقرر على الاتجاهات الحديثة في الإنتاج الرقمي من حيث الأبعاد العملية المتمثلة في التطور المتسارع لعمليات الإنتاج الرقمي، والأبعاد العلمية المتمثلة في اهتمام الدراسات العلمية الحديثة بأدوار تقنيات الإنتاج الرقمي في بناء الرسالة الإعلامية وتأثيراتها في الجمهور. يتطلب هذا المقرر إنتاج محتوى إعلامي بمشروع جماعي تطبق فيه التقنيات الرقمية الحديثة.</p>		
3	العلاقات العامة الرقمية والتسويق الرقمي	610 تصل
<p>يتناول هذا المقرر مفاهيم وسمات العلاقات العامة الرقمية والتسويق الإلكتروني، والعلاقات العامة الرقمية والتسويق الإلكتروني في فضاء ويب 1.0 والخاص بالمواقع الإلكترونية. ثم يستعرض العلاقات العامة الرقمية والتسويق الإلكتروني في فضاء ويب 2.0 والخاص بالشبكات الاجتماعية، وكذلك العلاقات العامة الرقمية والتسويق الإلكتروني في فضاء ويب 3.0 والخاص بالألعاب الإلكترونية، وصولاً لدراسة العلاقات العامة الرقمية والتسويق الإلكتروني في فضاء ويب 4.0 والخاص بالهاتف الذكي، والتطبيقات الجديدة في الإعلام الرقمي. يتطلب هذا المقرر القيام بحملة إعلامية بمشروع جماعي يتم فيه استخدام أحدث التطبيقات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي.</p>		

3	تشريعات الإعلام وأخلاقياته	611 تصل
يركز هذا المقرر على أهم المبادئ القانونية العامة المنظمة لحرية الرأي والتعبير، والأسس الأخلاقية للعمل الإعلامي والمواثيق الإعلامية المحلية والإقليمية والعالمية، والتشريعات المنظمة للنشر عبر الإنترنت، مع استعراض لأبرز القضايا الاتصالية المرتبطة بأخلاقيات الممارسة الإعلامية، والبحوث التي تناولت هذه القضايا في الأدبيات والدراسات الحديثة. يتطلب هذا المقرر تقديم أوراق علمية تقدم رؤى الطلاب والطالبات حول تشريعات الإعلام وأخلاقياته في المملكة العربية السعودية أو إحدى الدول العربية.		
3	المناهج الحديثة في تدريس الإعلام	612 تصل
يركز هذا المقرر على فهم التحديات في تدريس مواد الاتصال والإعلام الرقمي في التعليم العالي والتي تتطلب طرق مختلفة لإيصال المعلومة. يكتسب الطالب والطالبة خلال هذا المقرر القدرة على استخدام مناهج التدريس الجامعي الحديثة في توصيل المعلومات النظرية والتطبيقية وربطها في واقع الإعلام التقليدي والرقمي المتمم بالتغيير المستمر؛ حيث يمكن هذا المقرر الطالب والطالبة من معرفة نظريات التعليم الأساسية، وتقنيات التعليم، وصياغة الأهداف المناسبة لمقررات الاتصال، ووضع المناهج بحسب اختلاف كل مقرر، مع كيفية استخدام تكتيكات خاصة تلائم طبيعة مواد الاتصال والإعلام الرقمي. وسيساهم هذا المقرر باكتشاف العلاقة بين تدريس مقررات الإعلام، والبعد التنظيري والأكاديمي، والممارسة الفعلية في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. يتطلب هذا المقرر تقديم دروس تطبيقية (محاضرة على الأقل) في قاعات الدراسة الفعلية تحت إشراف أكاديمي.		
3	الرأي العام	613 تصل
يتم في هذا المقرر استعراض تاريخ نشأة الرأي العام وتعريفه، أنواعه، وخصائصه وظائفه ومظاهره ومراحل تكوينه، والجمهور والرأي العام والدوافع والعوامل التي تؤثر في تغيير الرأي العام وأساليب تغييره، مع دراسة الدور السياسي للرأي العام، وقياس الرأي العام وأهميته، وعلاقة الرأي العام بالدعاية السياسية، مع استعراض نظريات تشكيل اتجاهات الرأي العام، وتأثير الإعلام الرقمي على مفهوم الرأي العام. مع التركيز على بحوث الرأي العام في الأدبيات والدراسات الحديثة. يتطلب هذا المقرر -كمشروع فردي أو جماعي- تقديم دراسة استطلاع رأي أو تحليل محتوى لقياس الرأي العام في وسائل الإعلام التقليدية ومقارنتها بوسائل التواصل الاجتماعي.		
3	الإعلام الرقمي وقضايا المجتمع	614 تصل
يتعرف الطالب والطالبة في هذا المقرر على طبيعة ومفهوم الإعلام الرقمي، والإطار القانوني للإعلام الرقمي في العالم. كما يتناول قضايا الإعلام الرقمي الاجتماعية (فضاء الإعلام الرقمي والمجتمعات الافتراضية، استخدامات الإعلام الرقمي وتنامي التفاعلية والفردانية، الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي)، بالإضافة إلى دراسة الفجوة المعرفية والفجوة الرقمية، وتطبيقات الإعلام الرقمي في مجالات الإعلان والتسويق، بالإضافة إلى استعراض الدور المتنامي للإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام. يتطلب هذا المقرر تقديم أوراق علمية تتناول الإعلام الرقمي وقضايا المجتمع.		
3	الدبلوماسية العامة والاتصال الثقافي	615 تصل
يستعرض هذا المقرر جذور الدبلوماسية العامة والمفاهيم المرتبطة بها، والقوة الناعمة والقوة الصلبة والقوة الذكية، والدبلوماسية العامة الرقمية، والاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة، والتكتيكات الاتصالية للدبلوماسية العامة، كما يتناول قضايا الاتصال والحوار بين الثقافات، وتطبيق الدبلوماسية العامة العربية والأمريكية والإسرائيلية نموذجاً. يتطلب هذا المقرر تقديم أوراق علمية تتناول إحدى القضايا الدولية من جانب الدبلوماسية العامة والاتصال الثقافي.		

3	حلقة نقاش في موضوع متخصص	616 تصل
<p>يقدّم هذا المقرر فرصة متقدمة للطلاب والطالبات من خلال عقد حلقة نقاش طوال الفصل للبحث والمناقشة والتحليل والتوثيق للموضوعات المتداخلة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي. وستتاح للطالب والطالبة فرصة التركيز على موضوع أو قضية محددة وتناولها بالتفصيل في أحد مجالات الصحافة والاتصال الاستراتيجي والإعلام المرئي والمسموع مع ربطها بواقع الإعلام الرقمي وعلاقة التأثير المتبادلة مع المجتمع. وسيقوم الطالب والطالبة بتقديم عرض الدراسات السابقة في الموضوع المختار والذي يفضل أن يكون نفس موضوع الرسالة المزمع تناوله.</p>		
3	حلقة بحث متقدمة	617 تصل
<p>يمنح هذا المقرر للطالب والطالبة فرصة عملية للبدء في كتابة خطة البحث لرسالة الدكتوراه، بشكل احترافي تطبق فيه أعلى المعايير الأكاديمية، حيث يتم اختيار عنوان الرسالة وكتابة مقدمة الموضوع، وتحديد مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وتساولاتها، كما يتم اختيار المدخل النظري والنظريات المستخدمة، بالإضافة إلى اختيار مجتمع الدراسة والعينة، وتصميم أداة جمع البيانات، ويكون المشروع النهائي لهذا هو تقديم خطة البحث كاملة، ولا يجبر الطالب والطالبة على متابعة نفس الموضوع ويحق لهم تغييره.</p>		
1	إعداد خطة بحث	699 تصل
<p>يركز هذا المقرر على إكساب الطلاب المهارات الأساسية في إعداد خطط البحوث والمشروعات العلمية، وذلك من خلال تطبيق الأطر النظرية والمنهجية والمعرفية التي درسوها في المقررات الأخرى في صورة خطط بحثية قابلة للتطبيق، وسوف يشمل هذا المقرر على عدد مهم من الوحدات التي تتمثل في: مفهوم البحث العلمي وسماته وأخلاقياته - خطوات البحث - أنواع الدراسات والبحوث العلمية - أنواع المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية - أساليب جمع البيانات والمعلومات في بحوث الإعلام - العينات واستخداماتها في بحوث الإعلام - أساليب تحليل البيانات والمعلومات - كتابة تقرير البحث.</p>		
12	الرسالة	700 تصل
<p>يحدد هذا المقرر (الرسالة) المكتسب المعرفي والأكاديمي للطالب والطالبة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي من خلال تقديم دراسة علمية رصينة تلتزم بأعلى المعايير الأكاديمية، وتطبق أحد المناهج البحثية المعتمد بها علمياً. مع تقديم استعراض وافٍ للأدبيات السابقة في مجال الدراسة، واستيفاء جميع المتطلبات الرئيسة الأخرى لرسائل الدكتوراه. وعلى الطالب والطالبة اجتياز مناقشة الرسالة مع لجنة متخصصة يحددها القسم حتى يستحق منح درجة الدكتوراه.</p>		

## الهيكل الإداري والتنظيمي للقسم والوحدات واللجان

يتشكل الهيكل الإداري والتنظيمي للقسم من:





## الوحدات واللجان:

## وحدة الجودة والاعتماد الأكاديمي

تسعى الوحدة إلى رفع مستوى الجودة بالقسم في جميع عناصره التعليمية والبحثية بما يحقق تطلعات القسم على مستوى الطلاب والأساتذة والخريجين والمؤسسات الإعلامية المرتبطة بالقسم. وتحديدًا تعمل الوحدة على تحقيق الأهداف التالية:

- إعداد الخطة الإستراتيجية لقسم الإعلام وفق متطلبات هيئات الاعتماد الدولية.
- إعداد التقرير الذاتي لقسم الإعلام، مشتملاً على كافة المعايير الخاصة بالهيئة الوطنية للتقييم والاعتماد الأكاديمي (السعودية).
- إعداد التقرير الذاتي لقسم الإعلام مشتملاً على كافة المعايير الخاصة به بمجلس الاعتماد لتعليم الصحافة والاتصال الجماهيري (الأمريكي).
- متابعة جميع أعمال اللجان الفرعية في القسم المتعلقة بالاعتماد والجودة، والتأكد من انطباقية معايير الاعتماد على تقارير اللجان.
- تمثيل القسم لدى الكلية والجامعة فيما يخص الاعتماد والجودة.
- نشر ثقافة الجودة والاعتماد في القسم من خلال دورات وورش عمل متخصصة.
- تنسيق زيارات الخبراء إلى القسم لإثراء المعارف والإطلاع على آليات عمل هيئات الاعتماد الوطنية والدولية.
- المتابعات الرسمية الخاصة بهيئات الاعتماد الوطنية والدولية.
- تنظيم زيارات المراجعين الدوليين في المرحلة الأولى (التقييم والملاحظات) والمرحلة الثانية (التحكيم النهائي).

وفي إطار هذا التوجه للقسم، شرعت الوحدة حالياً على الإعداد لمتطلبات الاعتماد الأكاديمي لجهات محلية ودولية على مستويين هما:

- المستوى الوطني من خلال الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي (السعودي).  
The National Commission for Academic Accreditation & Assessment.
- المستوى الدولي من خلال مجلس الاعتماد لتعليم الصحافة والاتصال الجماهيري (الأمريكي).  
The Accrediting Council on Education in Journalism & Mass Communications.
- المستوى الدولي من خلال مجلس الاعتماد المجلس الأعلى لتقييم البحوث والتعليم العالي. (الفرنسي).  
The High Council for Evaluation of Research and Higher Education (HCERES)

ويشتمل مقر الوحدة على جميع الوثائق والأدلة الخاصة بالاعتماد من ملفات المقررات، وتوصيفها، وتقاريرها ومجموع مؤلفات وبحوث أعضاء هيئة التدريس بالقسم، وملفات الأعضاء مشتملة على السير الذاتية لهم باللغتين العربية والإنجليزية. إضافة لجميع متطلبات الاعتماد الأكاديمي من الشواهد والأدلة ذات العلاقة بمعايير الاعتماد الإحدى عشر الوطنية أو التسعة الدولية.

### وحدة الدراسات العليا

تسعى وحدة الدراسات العليا في برامجها للماجستير والدكتوراه لتحقيق الأهداف التالية:

- تطبيق أحدث الاتجاهات العلمية والتطبيقية في حقول الدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية.
- إعداد طلاب دراسات عليا مؤهلين ومتخصصين في مجالات البحث العلمي للإعلام والاتصال.
- توفير وتسهيل المناخ الأكاديمي والتعليمي لطلاب الدراسات العليا.

وتنحصر مهام الوحدة في التالي:

- متابعة سياسة الكلية للدراسات العليا وتنفيذها.
- وضع وتحديد برامج الدراسات العليا بالقسم من حيث الخطط وتوصيف المواد وطرق التدريس.
- التقويم الدوري والمستمر للبرامج وتحديثها وتطويرها.
- دعم ومتابعة طلبة الدراسات العليا من بداية دراسته في البرنامج وحتى تخرجه من خلال:
  - اعتماد عناوين الرسائل.
  - اعتماد الرسائل بعد الانتهاء منها.
  - تحديد لجان مناقشة الرسائل.

### لجنة التعليم الإلكتروني

مع التطور التكنولوجي المتسارع ومع تزايد الممارسات التعليمية التي اعتمدت على الانترنت، تسعى الجامعة ممثلة في لجنة التعليم الإلكتروني بالقسم إلى التنوع في أساليب التعليم والتعلم عند طريقة استخدام نظام إدارة التعلم (BlackBoard).

مزايا التعليم الإلكتروني:

- يوفر بيئة تعلم متنوعة للجميع.
- يحقق معايير الجودة والتعليم المستمر.
- يساعد على مرونة التعلم وتقديم الحلول التي يفقدها التعلم التقليدي.

مهام اللجنة:

- نشر ثقافة التعليم الإلكتروني في القسم بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب.
- تحديد الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس في مجال التعليم الإلكتروني.
- إزالة العقبات التي تواجه أعضاء هيئة التدريس والطلاب في سبيل التحول نحو مفهوم التعليم الإلكتروني.
- تشجيع ودعم أعضاء هيئة التدريس بالقسم على تفعيل مقرراتهم إلكترونياً.
- تشجيع ودعم طلاب القسم على استخدام نظام التعليم الإلكتروني.
- توفير الفرص التدريبية بالتعاون مع عمادة تطوير المهارات وعمادة التعاملات الإلكترونية لتطوير مهارات التعامل مع التقنية لكل من أعضاء هيئة التدريس والطلاب.

## وحدة الدراسات الإعلامية

تُعد وحدة الدراسات الإعلامية من الوحدات الهامة بقسم الإعلام حيث أنها تسعى إلى أن تشارك في عملية البناء المؤسسي لقيام صناعة إعلامية سعودية تخدم الأهداف الوطنية للمملكة، وتتطلق من الرسالة الإعلامية للجامعة. وتتطلق وحدة الدراسات الإعلامية لدعم وتقوية البنية التحتية لتطوير أداء الإعلام السعودي على أساس من البحوث الأكاديمية والدراسات العلمية، وتكون الوحدة قناة للتواصل والاستفادة من الخبرات العالمية والمراكز البحثية المماثلة ومصدراً للتراكم المعرفي في مجال الدراسات والبحوث الإعلامية. تتمثل رؤية وحدة الدراسات الإعلامية في أن يكون ضمن أفضل المراجع العربية المتخصصة في دراسات وبحوث الإعلام، أما الرسالة فتتمثل في تقديم الدعم المالي والعلمي والفني للبحوث والدراسات العلمية في مجالات الاتصال والإعلام بينها النظري والتطبيقي.

أهداف المركز:

- وضع قائمة بالقضايا والظواهر الإعلامية ذات الأولوية للبحوث الأكاديمية والدراسات العلمية بما يخدم المصلحة الوطنية للمملكة ويحقق رسالة وأهداف القسم.
- توفير قواعد بيانات وقوائم بيلوجرافية وبيانات إحصائية تساعد في رفع مستوى الجودة لبحوث ودراسات الإعلام.
- توفير التجهيزات والإمكانات التقنية اللازمة لإجراء البحوث والدراسات العلمية.
- العمل على توفير مصادر تمويل لدعم البحوث والدراسات الإعلامية.
- نقل التجارب العالمية لمنهجيات وأدوات وتقنيات جمع البيانات للبحوث ودراسات الاتصال والإعلام.

برامج وحدة الدراسات الإعلامية:

- بيلوجرافيا الإعلام السعودي:

يهدف هذا البرنامج إلى بناء قاعدة بيلوجرافية للكتب والدراسات والرسائل العلمية والبحوث الجادة عن الإعلام السعودي بكافة وسائله وقطاعاته، ليستفيد منها الباحثون وطلاب الدراسات العليا ومشاريع البحوث التي يتم التعاقد على تنفيذها.

- الرصد والتحليل الإعلامي:

يهدف هذا البرنامج إلى رصد مجموعة من الوسائل الإعلامية (قنوات فضائية، ومحطات إذاعية، وصحف يومية، ومجلات أسبوعية، وإعلانات طرق).

- تحليل جمهور الوسائل الإعلامية:

يقوم هذا البرنامج على تنفيذ وإجراء دراسات مسحية استطلاعية لجمهور وسائل الإعلام تقيس مدى التعرض لوسائل الإعلام والإعلان المختلفة بحيث يتم تحديد المتغيرات الديموغرافية لجمهور كل وسيلة.

- دراسات الإعلام الغربي:

يشكل الإعلام الغربي في الوقت الحالي عاملاً أساسياً مهماً في المشهد الإعلامي العالمي فمؤسساته المختلفة أسهمت وبشكل فاعل ومؤثر في وضع معايير وقيم الممارسة الإعلامية في العديد من الدول النامية. ومن هذا المنطلق يسعى هذا البرنامج إلى دعم وتشجيع البحوث الأكاديمية والدراسات العلمية التي تتناول الإعلام الغربي.

### لجنة التدريب التعاوني

تشرف وحدة التدريب التعاوني على آخر مقررات الخطة الدراسية لطلاب وطالبات قسم الإعلام وهي مقررات التدريب الميداني لمسارات الإعلام المرئي والمسموع ، الصحافة والنشر الإلكتروني ، العلاقات العامة، من خلال:

- عمل منظم ومنتظم في بيئة عمل مناسبة لتخصصات الطلاب والطالبات.
- تجربة تعزز من القدرات الأكاديمية والمهنية والشخصية للطلاب والطالبات.
- عمل يتم تحت إشراف إداري وأكاديمي مشترك بين مؤسسة التدريب والقسم.

أهداف التدريب الميداني للمؤسسات:

- تمكين المؤسسات على التعرف على الموارد البشرية المتدربة لديها.
- إمكانية استقطاب العناصر المتميزة من المتدربين والمتدربات.
- الاستفادة من خبرات المرشدين الأكاديميين.
- إنجاز حجم من أعمال المؤسسة بدماء جديدة وحماس الشباب.

ويهدف مقررات التدريب الميداني إلى تحقيق ما يلي:

- تلبية متطلبات الجامعة لإكساب الطلاب والطالبات المهارات التطبيقية المتعلقة بالتخصص.
- تعزيز العلاقات المؤسسية بين القسم ومؤسسات العمل الإعلامي ووسائله المختلفة.
- تزويد الطلاب والطالبات بالمهارات المساندة للتوظيف والتميز المهني.
- تشجيع الطلاب والطالبات على الانخراط في بيئة عمل مهنية مناسبة لتطلعاتهم.
- تحفيز الطلاب والطالبات على المشاركة والإبداع في صناعة المحتوى الإعلامي وفي مجالات الإنتاج المختلفة.
- تهيئة الطلاب والطالبات للتعرف على طبيعة الميدان الإعلامي واتخاذ القرارات المستقبلية للعمل في مجالاته المختلفة.
- إعطاء الطلاب والطالبات الفرصة لتطبيق ما تم تعلمه نظرياً في بيئة عمل إعلامية وتنفيذ أفكارهم وإنتاج الحلقات النموذجية.

### لجنة المعامل والمختبرات

تتولى اللجنة مهام الإدارة والإشراف على مختبر الإعلام المرئي الرقمي ومختبر الصحافة الإلكترونية التابعان للقسم من خلال التالي :

- التأكد من اكتمال تجهيزات المختبرات من أجهزة وبرامج بالتنسيق مع عمادة التعاملات الإلكترونية.
- الإشراف على صيانة وتحديث الأجهزة والبرامج بالتنسيق مع عمادة التعاملات الإلكترونية.
- توزيع ساعات الاستفادة من المختبرات على المقررات المسجلة وأعضاء هيئة التدريس.
- التأكد من إتاحة المختبرات للطلاب الراغبين بتطوير مهاراتهم باستخدام البرامج المتخصصة.

### لجنة الموقع الإلكتروني

في إطار سعي القسم إلى التواصل مع الجمهور وتعزيز جوانب العلاقة الايجابية فإن اللجنة تقوم بالإشراف على موقع القسم وإدارة محتواه من خلال تقديم العديد من الخدمات لمتصفحيه وزواره وتحديثها بشكل مستمر، ويأتي في طليعة تلك الخدمات التي يقدمها الموقع:

- عرض المعلومات التعريفية بالقسم مثل النبذة التعريفية والتاريخية بالقسم، رؤية ورسالة وأهداف القسم، البيانات الإحصائية الخاصة بالقسم.
- عرض المعلومات الإعلامية مثل أخبار وإعلانات القسم ومستجداته من أنشطة وفعاليات.
- عرض المعلومات الأكاديمية مثل الخطط الدراسية ووصف المقررات وقائمة أعضاء هيئة التدريس.
- عرض المعلومات الإدارية والاتصالية مثل وصف اللجان والوحدات ومهامها المناط بها. بالإضافة إلى معلومات وبيانات التواصل مثل البريد الإلكتروني وأرقام الهواتف والفاكس ومواقع التواصل الاجتماعي.

### لجنة وسائل التواصل الاجتماعي

تشرف لجنة وسائل التواصل الاجتماعي على حسابات والصفحات الرسمية للقسم في مختلف المنصات الرقمية لتكوين حلقة وصل ما بين القسم وجمهوره الداخلي والخارجي. ومن مهام اللجنة التالي:

- وضع استراتيجية الحساب ومراجعة واعتماد المحتوى المكتوب والمصمم قبل نشره.
- نشر المحتوى بعد مراجعته وفقاً لخطة واستراتيجية النشر.
- الإشراف على نشرة الأخبار الأسبوعية المصوّرة التي تنتجها وحدة التقرير الأسبوعي المصوّر ويتم بثها عبر الحساب الرسمي للجامعة في اليوتيوب

[https://www.youtube.com/user/pdksuchannel/featured:](https://www.youtube.com/user/pdksuchannel/featured)

- الحسابات الرسمية للقسم التي تشرف عليها لجنة وسائل التواصل الاجتماعي:

الحساب	المنصة
<a href="https://twitter.com/ksumasscomm?lang=ar">https://twitter.com/ksumasscomm?lang=ar</a>	تويتر القسم
<a href="https://twitter.com/ksu_rep">https://twitter.com/ksu_rep</a>	تويتر وحدة التقرير الأسبوعي المصوّر
<a href="https://twitter.com/KSA_MCD_Alumni">https://twitter.com/KSA_MCD_Alumni</a>	تويتر لجنة الخريجين
<a href="https://www.instagram.com/ksumasscomm/">https://www.instagram.com/ksumasscomm/</a>	انستقرام
<a href="https://www.snapchat.com/add/ksumasscomm">https://www.snapchat.com/add/ksumasscomm</a>	سناپ شات
<a href="https://soundcloud.com/user-695068143/proper">https://soundcloud.com/user-695068143/proper</a>	الإذاعة الصوتية: قوئل بودكاست
<a href="https://podcasts.apple.com/sa/podcast/ksu-podcast/id1440326950?i=1000449177422">https://podcasts.apple.com/sa/podcast/ksu-podcast/id1440326950?i=1000449177422</a>	الإذاعة الصوتية: أيتونز

### لجنة الإحصاء والتوثيق

تعمل لجنة التوثيق والإحصاء على إتاحة كافة المعلومات والبيانات والإحصاءات الشاملة والدقيقة الخاصة بالقسم، وتقديمها لكافة الجهات ذات العلاقة بالأقسام الداخلية كالوحدات واللجان المساندة أو الجهات الخارجية كجهات الاعتماد الأكاديمي والمؤسسي وفقاً للتعليمات ومتطلبات العملية التطويرية. بالإضافة لتلبية متطلبات إدارة القسم من أرشفة وتوثيق لأنشطة وبرامج القسم، فهي تقوم بمهام دورية تتلخص فيما يلي:

- جمع المعلومات والبيانات والإحصاءات المتعلقة بجميع فعاليات وأنشطة القسم وإسهامات جميع منسوبيه الخارجية.
- إعداد الاستبيانات والدراسات الإحصائية وتحليلها و أرشفتها.
- المشاركة في إعداد النشرات الدورية والتقارير الصادرة عن القسم.
- إعداد التقرير السنوي للقسم.
- تبويب وتصنيف البيانات الإحصائية الخاصة بالقسم ومنسوبيه (طلاب، أعضاء هيئة تدريس، إداريين)، ووضع أسس تخزينها واسترجاعها.
- توثيق توصيف المقررات والعمل على سهولة الوصول إليها.
- جمع تقارير المقررات بشكل دوري وتقديمها للجنة الجودة والاعتماد الأكاديمي.

### لجنة الخطط والمقررات والمعادلات

تسعى اللجنة لتلبية احتياجات القسم المتعلق بالخطط الدراسية لبرنامج البكالوريوس ومقرراتها بما يتوافق مع رؤية وأهداف القسم والجامعة، من خلال تنفيذ المهام التالية:

- إعداد الخطط الدراسية لبرنامج وتخصصات بكالوريوس الإعلام.
- توصيف وترميز المقررات الدراسية لبرنامج بكالوريوس الإعلام.
- مطابقة الخطط الدراسية لمعايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي.
- مراجعة الخطط الدراسية الحالية ومخرجاتها، ومتابعة تطويرها حسب متطلبات سوق العمل.
- مراجعة الخطط الدراسية المقترحة، والتأكد من استيفائها لجميع العناصر والمعايير المطلوبة.
- دراسة حالات الطلبة في معادلة المقررات بين الخطط الدراسية القديمة والجديدة.

### لجنة الجداول والقاعات

تعمل لجنة الجداول والقاعات على إعداد ونشر الجداول الدراسية لكل فصل دراسي مع توزيع القاعات على الشعب وفقاً للتالي :

- إعداد جدول المقررات وربطه بالقاعات مع ضمان عدم التعارض.
- تسجيل بيانات الشعب في البوابة الالكترونية (E.Register) لتكون متاحة للطلاب عند تسجيل المواد.
- ترتيب وإعداد جداول أعضاء هيئة التدريس.
- حل مشاكل التعارض في جداول الطلاب.

بالإضافة إلى ذلك، تعمل اللجنة على التنسيق مع الأقسام الأخرى مثل قسم العلوم السياسية وقسم الدراسات الاجتماعية وقسم اللغة العربية وآدابها التي تقدم مقررات التخصص المساندة لطلاب الإعلام لترتيب وتنظيم جداولهم.

### لجنة الاختبارات

تسعى اللجنة لضمان تطبيق اختبارات التحصيل الدراسي وسيرها وفقاً للوائح والإجراءات والتعليمات المعتمدة لطلاب القسم، من خلال إنجاز المهام الموكلة لها وهي:

- توزيع القاعات والمراقبات في جدول الاختبارات النهائية.
- التأكد من تجهيز القاعات الدراسية من حيث: الكراسي، والإنارة، وأجهزة التكييف.
- متابعة سير الاختبارات النهائية، ويشمل:
  - متابعة حضور المراقبين على الاختبارات، وتوفير البديل في الحالات الطارئة.
  - ترتيب القاعات بحسب أعداد الطلاب في المقرر.
  - توفير أوراق الإجابة بحسب نوع الاختبار: تصحيح آلي أو دفتر الإجابة أو الإجابة على الورقة نفسها.
  - حصر أسماء الطلاب المحرومين؛ ضماناً لعدم دخول الطالب اختبار المادة وهو محروم.
  - رفع الحالات الطلابية: طلب اختبار بديل أو حالات الغش.. إلخ إلى اللجان ذات العلاقة.
  - تقديم تقرير يومي وعام عن سير الاختبارات النهائية.

### لجنة اختبارات الإعداد العام

هي لجنة تنسيقية للأعمال والإجراءات المتعلقة باختبارات الإعداد العام ما بين لجنة اختبارات الإعداد العام على مستوى الكلية وقسم الإعلام، وتتحصر مهامها في التالي:

- تنسيق المراقبات على اختبارات الإعداد العام لطلاب القسم والكلية.
- استلام التعليمات المتعلقة بالامتحانات وتوزيعها على المراقبين.
- توقيع المراقبين على استلامها موعد وتفاصيل مراقبتها في أسبوع الإعداد العام.

### لجنة تنمية الموارد البشرية والمبتعثين

تعمل لجنة الموارد البشرية والمبتعثين على دراسة ومناقشة المعاملات المحالة لها من رئيس القسم ومن ثم رفع التوصيات المتعلقة بها في كل مما يلي:

- فرز وترشيح المتقدمين على القسم للحصول على الوظائف التعليمية.
- إعداد وإجراء الاختبارات والمقابلات للمتقدمين على الوظائف التعليمية.
- دراسة كل ما يخص المبتعثين من أعضاء هيئة التدريس.

### لجنة شؤون الطلاب والإرشاد الأكاديمية

تقوم وحدة شؤون الطلاب بالإشراف على كل ما يتعلق بشؤون الطلاب في قسم الإعلام أثناء دراستهم الجامعية من بداية انضمامهم للقسم وحتى تخرجهم. وتقوم الوحدة بعدة وظائف لخدمة طلاب القسم والتي من أهمها ما يلي:

- الإشراف على جدول مواد قسم الإعلام لتهيئتها وطرحها في بداية كل فصل دراسي والإشراف على توزيع العبء التدريسي لكل عضو هيئة تدريس في القسم ويشمل ذلك تحديد أرقام القاعات ومتابعة ذلك مع بداية كل فصل دراسي.
- الإشراف على تسجيل الطلاب وذلك مع بداية كل فصل دراسي حيث يقوم عدد من أعضاء هيئة التدريس وبعض الموظفين المساندين بمتابعة استلام الطلاب جداولهم الدراسية في الوقت المناسب ثم متابعة تعديل الجداول حسب احتياجات كل طالب.
- الإرشاد الأكاديمي للطلاب حيث يتم توزيع جميع طلاب القسم على مجموعات بحيث يقوم كل عضو هيئة تدريس بالإشراف على مجموعة ويقوم بمتابعة سير الطلاب أكاديمياً وإرشادهم في هذا المجال ومساعدتهم في مواجهة أي صعوبات أو مشاكل قد تواجههم أثناء دراستهم الجامعية.
- الإشراف على تخصيص الطلاب في أحد الشعب الثلاث للقسم حيث يقوم كل طالب في قسم الإعلام بعد اجتياز المستوى السادس باختيار شعبة تخصص من أحد الشعب الثلاث وهي الصحافة والنشر الإلكتروني، الإعلام المرئي والمسموع، والاتصال الاستراتيجي. ومتابعة ذلك مع الأخذ بالاعتبار رغبة الطالب وإمكانات القسم واحتياجات سوق العمل.
- الإشراف على الأنشطة غير الصفية لطلاب القسم مثل إقامة محاضرات عامة وإقامة الحفلات الاجتماعية التي تساعد على تقوية الروابط الاجتماعية بين الطلاب ومنسوبي القسم بشكل عام.
- تنظيم عروض ثقافية مثل إقامة المعارض وعرض الأعمال الفنية مثل مشروعات التخرج التي أنجزها طلاب القسم.

### مركز دعم الطالبات الأكاديمي

يعمل المركز على توفير الدعم الأكاديمي لجميع طالبات القم وتشجيع بناء علاقة تعاونية بين أعضاء هيئة التدريس وبناء ثقة الطالبات المتعاونات من خلال قيامهن بالتدريس وتوفير بيئة مريحة للطالبات لطلب المساعدة. وتنطوي مهام المركز في التالي:

- الرفع للمركز بأسماء الطالبات المتعثرات والمتفوقات.
- التواصل مع أعضاء هيئة التدريس لترشيح الطالبات المتميزات للتطوع في المركز مع توضيح الرسالة والأهداف والمزايا التي تمنح للطالبة المتطوعة من المركز.
- العمل على التعريف بالمركز داخل القسم بين الطالبات للاستفادة من المركز.
- التواصل مع المرشحات الأكاديميات في القسم لترشيح الطالبات المتميزات وتزويد المركز بأسمائهن.
- التواصل مع أستاذات المواد اللاتي يكون عليها طلب من الطالبات المستفيدات لترشيح طالبات متطوعات في هذه المواد المطلوبة.
- حضور الاجتماعات الخاصة بالمركز مع المشرفة.



### لجنة الشراكة المجتمعية

يسعى قسم الإعلام من خلال هذا البرنامج للوصول إلى زيادة قسم الإعلام في الشراكة المجتمعية وخدمة المجتمع كهدف استراتيجي، تندرج تحت الهدف الاستراتيجي ستة أهداف فرعية وهي:

- تفعيل الشراكة المجتمعية بين القسم والمؤسسات غير الربحية والقطاعين الحكومي والخاص.
- تبني مبادرات وبرامج نوعية تمثل حاجة فعلية لدى أفراد المجتمع.
- تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى منسوبي القسم والجامعة.
- تبني قضايا التنمية المستدامة وخدمة المجتمع في البرامج التعليمية والمشاريع البحثية.
- تطوير برامج التعليم المستمر في ضوء احتياجات المجتمع.
- توظيف المخرجات الإعلامية في مجال خدمة المجتمع.

المحاور الرئيسية لبرنامج الشراكة المجتمعية:

- الأنشطة العلمية:

مؤتمرات، ندوات، محاضرات، لقاءات، ومنتديات.

- التدريب والتطوير:

المشاركة في تدريب الطلاب على ممارسة الأنشطة التدريبية ورش العمل الدورات التدريبية.

- المشاركات الإعلامية:

كتابات صحفية، ولقاءات صحفية، ولقاءات إذاعية، ولقاءات تلفزيونية.

- الاستشارات:

استشارات أكاديمية في خدمة المجتمع، تقديم استشارات تطوعية، المساعدة في إعداد مسودة القوانين والتشريعات، الإدلاء بالشهادات في الجلسات العلمية والمهنية والقانونية، المساهمة في تقديم أفكار لخدمة المجتمع تقديم مبادرات تطبيقية ذات أثر مباشر في المجتمع.

- الزيارات والرحلات:

زيارات تهدف إلى خدمة المجتمع، رحلات تهدف إلى خدمة المجتمع، المشاركة في الفعاليات المجتمعية، المشاركة في الأنشطة التي تستهدف الفئات المحرومة من المجتمع.

- المشاركات البحثية:

نشر وتفسير نتائج الأبحاث لحل مشاكل مجتمعية محددة إعداد البحوث بهدف حل المشكلات المجتمعية.

### لجنة النشاط الاجتماعي

تتولى اللجنة مسؤولية تنفيذ الأنشطة الاجتماعية بهدف تعزيز الروابط الاجتماعية بين منسوبي القسم وطلابه:

- تنظيم اجتماعات التعارف والمعاهدة.
- تنظيم الرحلات والزيارات الخارجية.
- تنظيم المسابقات الاجتماعية.

### لجنة الاحتياجات الخاصة

يسعى القسم الى تهيئة البيئة التعليمية والاجتماعية لطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة، وذلك عن طريق خدمات التوجيه والإرشاد والخدمات المساندة لهم، مما يساهم في تنمية وتطوير قدراتهم و دفعهم إلى التقدم الأكاديمي. وتسعى اللجنة لتحقيق الأهداف التالية:

- تسهيل العملية التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة.
- التعرف على المتطلبات الأكاديمية والاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة وتسهيلها.
- إعداد البرامج الإرشادية والتدريبية لذوي الاحتياجات الخاصة.

ويمكن تحقيق ذلك من خلال المهام التالية:

- التواصل مع ذوي الاحتياجات الخاصة ومتابعة مشاكلهم وإجراء التسهيلات اللازمة.
- متابعة تسجيل المواد الدراسية لذوي الاحتياجات الخاصة.
- التنسيق مع أعضاء هيئة التدريس لتلبية متطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة داخل القاعة.
- التنسيق مع أعضاء هيئة التدريس ومركز ذوي الاحتياجات الخاصة لتلبية متطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة وتسهيل اختباراتهم بما يتناسب مع أوضاعهم الصحية والنفسية.

### لجنة تطوير المهارات

حرصاً من القسم على الدفع بعملية التطوير والتقدم تحرص اللجنة على تلبية الاحتياجات التدريبية لكل منسوبي القسم من طلاب وطالبات وموظفين وأعضاء هيئة التدريس، وذلك من خلال التالي:

- حصر المتطلبات التدريبية ورفعها لوحدة التطوير والمهارات في وكالة الجودة.
- حصر ورفع طلبات أعضاء هيئة التدريس لتقديم الدورات وورش العمل في الكلية.
- التنسيق بين القسم والوكالة لتقديم الاقتراحات والتوصيات.
- نشر إعلانات وأخبار الوحدة المطبوعة والرقمية.

### لجنة رابطة الخريجين

في إطار توجهات الجامعة نحو الاهتمام بتعزيز العلاقة مع خريجها عبر إطلاق مركز متخصص بخريجي الجامعة، يسعى قسم الإعلام ممثلاً بلجنة الخريجين إلى تحقيق التالي:

- مد جسور التواصل والتعاون بين القسم والخريجين.
- تعزيز وبناء علاقات مستدامة بين القسم والخريجين.
- تحقيق التواصل بين الخريجين القدامى والجدد لتبادل الخبرات العملية والمهنية في المجال الإعلامي.
- تعزيز ولاء وانتماء الخريجين للجامعة والقسم.
- تقديم الخدمات التي تساعد طلاب وطالبات الإعلام في مرحلة ما بعد التخرج.

وتسعى اللجنة لتحقيق ذلك من خلال يتم مجموعة من البرامج والأنشطة التي تقام على مدار العام الدراسي:

- زيارات رموز الخريجين.
- تنظيم الفعاليات واللقاءات الخريجين.
- إطلاق بوابة الخريجين الإلكترونية.

بوابة الخريجين الإلكترونية:

- تمكن الخريجين من التسجيل وتحديث بياناتهم.
- تمكن الخريجين من الاستفادة من الخدمات التي يقدمها مثل: مواعيد الفعاليات واللقاءات
- تمكن الخريجين من التعرف على الرواد من خريجي القسم ومعرض للصور التاريخية.
- تمكن الخريجين من الاطلاع على الفرص التدريبية والوظيفية المعلنة.
- تحتوي البوابة على مدونة لمشاركة المواضيع التي تهم الطالب والخريج.
- تحتوي البوابة على صفحة أخبار اللجنة.

### لجنة نادي الإعلام

حرص القسم على إعطاء طلابه فرصة التطبيق العملي أثناء دراستهم من خلال دعم النادي الطلابي بالقسم " نادي الإعلام" حيث تقوم اللجنة بتنظيم عمله والإشراف عليه بشكل عام مع إعطاء الطلاب فرصة الإبداع والعمل بحرية. وتقتصر مهام اللجنة في الإشراف والتنظيم على التالي:

- رسم الهيكل التنظيمي للنادي.
- وضع خطة النادي الاستراتيجية والتنفيذية بالاشتراك مع الطلاب.
- اختيار أعضاء النادي من الطلاب وتحديد مهامه وفقاً لإهتماماتهم وتخصصاتهم.
- تسهيل بعض الإجراءات الإدارية والفنية والتنسيقية للنادي.
- الاتفاق مع الجهات ورواد الإعلام والاتصال لتقديم الدورات في النادي.

## أعضاء هيئة التدريس

يضم قسم الإعلام نخبة من الأساتذة المتخصصين في المجالات المختلفة للإعلام سواء في الصحافة والنشر الإلكتروني بتخصصاته الفرعية المختلفة أو الإعلام المرئي والمسموع بتخصصاته الفرعية، والعلاقات العامة والإعلام بتخصصاته الفرعية.

م	الاسم	الرتبة	التخصص
1	نايف بن ثنيان آل سعود	أستاذ	صحافة
2	عثمان محمد العربي	أستاذ	علاقات عامة وحملات إعلامية
3	عبد الملك عبد العزيز الشلهوب	أستاذ	صحافة وإعلام إلكتروني
4	محمد محمد بكير	أستاذ	إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية
5	حسن محمد منصور	أستاذ	الصحافة الإلكترونية
6	ثريا أحمد البدوي	أستاذ	علاقات عامة
7	علي دبكلى على العنزي	أستاذ مشارك	العلاقات عامة / إدارة وتخطيط
8	فهد عبدالله الطياش	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون
9	مطلق سعود المطيري	أستاذ مشارك	اتصال سياسي
10	عادل عبدالقادر المكينزي	أستاذ مشارك	صحافة
11	هيثم محمد يونس	أستاذ مشارك	علاقات عامة
12	محمود عليان المشوط	أستاذ مشارك	علم النفس الإعلامي
13	الحبيب أعراب بن بلقاسم	أستاذ مشارك	علوم الاتصال والإعلام
14	نايف بن خلف الثقيل	أستاذ مشارك	دراما وفنون مسرحية
15	حنان أحمد عليوة	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون
16	سعيد صالح الغامدي	أستاذ مساعد	علاقات عامة / حملات إعلامية
17	حسين سعيد القحطاني	أستاذ مساعد	إذاعة وتلفزيون
18	عايض مرزوق الحربي	أستاذ مساعد	إذاعة وتلفزيون
19	زياد محمد الحديثي	أستاذ مساعد	إنتاج تلفزيوني / إدارة حملات
20	تركي فهد العيار	أستاذ مساعد	صحافة
21	أسامه عبدالرحمن النصار	أستاذ مساعد	صحافة / إعلام سياسي
22	فريد أعراب موزاي	أستاذ مساعد	صحافة ونشر إلكتروني
23	محمد سليمان الأحمد	أستاذ مساعد	صحافة

علوم الاتصال والإعلام	أستاذ مساعد	علي بن ضميان العنزي	24
إذاعة وتلفزيون	أستاذ مساعد	عدنان أسامة شريفي	25
علاقات عامة	أستاذ مساعد	سعود عبدالعزيز السلیمان	26
صحافة	أستاذ مساعد	محمد إبراهيم المستادي	27
دراسات علم الاتصال	أستاذ مساعد	عهد سلطان الشهيل	28
الإعلام والدراسات الاتصالية	أستاذ مساعد	هدى عبدالله بن سعيدان	29
اتصال سياسي	أستاذ مساعد	الجوهرة عويضة المطيري	30
صحافة و اتصال جماهيري	أستاذ مساعد	شيرين سلامة الدسوقي	31
اعلام	أستاذ مساعد	نورة عبدالعزيز التويجري	32
الإعلام الجديد	أستاذ مساعد	اريج ابراهيم الدبيخي	33
إذاعة وتلفزيون	أستاذ مساعد	بلقيس محمد علوان	34
إعلام	أستاذ مساعد	نوف عبداللطيف الحزامي	35
علاقات عامة	أستاذ مساعد	صفية ابراهيم العبدالكريم	36
صحافة	أستاذ مساعد	هالة محمد برناط	37
إذاعة وتلفزيون	محاضر	محمد علي القحطاني	38
التغطية الإخبارية في الصحافة والتلفزيون	محاضر	صابر حسن طر	39
صحافة	محاضر	عبد العزيز علي فقيهي	40
صحافة دولية	محاضر	نايف محمد الوعيل	41
علاقات عامة	محاضر	فيصل محمد العقيل	42
علاقات عامة	محاضر	حامد عتيق الغامدي	43
علاقات عامة	محاضر	جارح فارس العتيبي	44
سينما	محاضر	فيصل مصطفى الجابري	45
إذاعة وتلفزيون	محاضر	أحمد موسى معيدي	46
صحافة	محاضر	نايف سعد الحميدین	47
صحافة	محاضر	سعود عبدالله الهويريني	48
صحافة	محاضر	مشعل محمد الوعيل	49

صحافة	محاضر	أنس أحمد الخميس	50
صحافة	محاضر	محمد حسن فقيهي	51
صحافة	محاضر	عبد العزيز حسن أولياء	52
صحافة و اتصال جماهيري	محاضر	طلال عبد الرحمن الشثري	53
علاقات عامة	محاضر	مشعل عبد الله آل محمود	54
علاقات عامة	محاضر	عز الدين سليمان المطيري	55
علاقات عامة	محاضر	حمد صالح التيسان	56
علاقات عامة	محاضر	حيلان بن فيصل بن لبدة	57
علاقات عامة	محاضر	سعود هلال العتيبي	58
علاقات عامة	محاضر	ابراهيم سليمان الجمعان	59
علاقات عامة	محاضر	محمد قاسم العبدلي	60
علاقات عامة	محاضر	طارق عبد الله الأحمرري	61
علاقات عامة	محاضر	فيصل علي الشهري	62
علاقات عامة	محاضر	ماجد عبد الله الجريوي	63
علاقات عامة	محاضر	محمد صالح الرشود	64
علاقات عامة	محاضر	فيصل مونس العنزي	65
إذاعة وتلفزيون	محاضر	سعد ابراهيم الداوود	66
إذاعة وتلفزيون	محاضر	عبد الله أحمد السماعيل	67
إذاعة وتلفزيون	محاضر	براك عبدالرحمن الحميد	68
علاقات عامة	محاضرة	ريم فاطم المطيري	69
علاقات عامة	محاضرة	ليلى خالد بن خنين	70
إذاعة وتلفزيون	محاضرة	آلاء سلطان باهيري	71
إذاعة وتلفزيون	محاضرة	بدور ابراهيم الدجين	72
إذاعة وتلفزيون	محاضرة	سارة ضويحي العتيبي	73
إعلام عام	محاضرة	سلمى شباب المطيري	74
إعلام عام	محاضرة	فاطمة عبدالرحمن السويح	75

إعلان	محاضرة	خلود محمد السلطان	76
صحافة إلكترونية	محاضرة	ريم يوسف الغامدي	77
صحافة ونشر إلكتروني	محاضرة	مريم صالح البلوي	78
صحافة ونشر إلكتروني	محاضرة	ماجدة صالح السويح	79
صحافة ونشر إلكتروني	محاضرة	خديجة صالح مريشد	80
إعلام	محاضرة	دلال صالح الدخيل	81
إعلام	محاضرة	غادة بندر الوائلي	82
إعلام جديد	محاضرة	نوف عبد الله الحمدان	83
إعلام رقمي	محاضرة	صيته ذيب القحطاني	84
السمعة المؤسسية	محاضرة	ندى ناصر الأحمري	85
دراسات الاتصال	محاضرة	نور مبارك باجوبير	86
صحافة	محاضرة	رؤى منصور السليمان	87
صحافة ومجتمع	محاضرة	حصة فهد علي الحقباني	88
إعلام جديد	محاضرة	أبرار منصور الجديد	89
صحافة ومجتمع	محاضرة	بدرية عبدالعزيز العبيد	90
علاقات عامة	محاضرة	إرادة محمد صفرجي	91
إعلام	محاضرة	الهنوف ماجد الجعفر	92
إعلام	محاضرة	بدور فهد الحامد	93
صحافة	معيد	راشد عوض الشهري	94
علاقات عامة	معيد	عبد الله احمد بالعبيد	95
علاقات عامة	معيدة	رهف ثابت القحطاني	96
-	معيدة	رنيم الجابري	97



## الإداريون

رقم الاتصال	الوظيفة	اسم الموظف	م
0114698525	مدير مكتب	عصام عدنان البكري	1
0114698689	ناسخ آلة	عبد الله عبد العزيز الخريجي	2
0114675313	منسق دراسات عليا	حسام صالح التيسان	3
0114675292	مسجل معلومات	نايف محمد السلطان	4
0114675292	سكرتير	عبد الله محمد حاذور	5
0114675292	مراسل	عبد الله مهدي السبيعي	6
0114698689	مصور	عمر عبد العزيز المسند	7
0114698689	مساعد إنتاج	ضيف الله محمد الأحمري	8
0114698689	مصور	مبارك حمد الدوسري	9
0114698689	مونتير	سليمان خالد الوضاخي	10
0114696594	إداري	فهد ناصر السهلي	11
0114698689	مسؤول مختبرات	خالد سليمان الخضيرى	12
0114698689	مصور	بدر عبد الرحمان السرحان	13
0114699735	باحث	هشام سيد مصطفى	14

## التجهيزات العلمية والعملية للقسم

يحتوي قسم الإعلام على العديد من التجهيزات العلمية اللازمة للعملية التعليمية وعملية التدريب العملي التي يقوم بها قسم الإعلام لطلابه وتشمل التالي:

- صحيفة رسالة الجامعة
- الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
- كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية
- وحدة التقرير الأسبوعي المصور
- مختبر الإعلام الرقمي
- مختبر الصحافة الإلكترونية
- الأندية الطلابية (نادي الإعلام)

#### صحيفة رسالة الجامعة

تعدّ صحيفة رسالة الجامعة التابعة لجامعة الملك سعود، أول صحيفة جامعية في المملكة، وأول صحيفة جامعية عربية على الإنترنت، وصدر عددها الأول 29 ذي القعدة عام 1395 هـ الموافق 2 من ديسمبر مم 1975م. وكانت تصدر كل أسبوعين، ثم تحولت إلى إصدار أسبوعي، وتوزع مجاناً منذ تأسيسها إلى هذا اليوم، ويصل توزيعها حالياً إلى أكثر من 40 ألف نسخة، بعد أن كانت 8 آلاف نسخة في العام الأول لصدورها، وطُبعت الصحيفة في بدايتها في مطابع صحيفة الرياض حتى 24 أكتوبر (تشرين الأول) 1981، حيث انتقلت طباعتها إلى مطابع الجامعة، وفي البدء، تولى الطلاب توزيع الصحيفة، وبعدها أوكل أمر التوزيع إلى شركة متخصصة، وامتد نطاق توزيع الصحيفة داخلياً على المؤسسات الحكومية والأهلية والجامعات وفروعها. كما أرسلت إلى أكثر من 30 دولة لتوزيعها على الملحقيات الثقافية والمبتعثين السعوديين في الخارج، ويتدرّب فيها طلاب قسم الإعلام، لاسيما طلاب شعبة الصحافة، ولها صفحة على الإنترنت في موقع الجامعة الرسمي:

<http://rs.ksu.edu.sa/>

أهداف الصحيفة:

- تدريب طلاب قسم الإعلام على مختلف الفنون الصحفية :
- (التحرير، الإخراج، الإعلان، التصوير الفوتوغرافي، وتنظيم المعلومات)
- ربط الدراسات النظرية في مجال الصحافة والإعلام بالممارسات التطبيقية.
- ساحة حوار وصوت للطلاب لمناقشة قضاياهم المختلفة وتبادل الرؤى والأفكار والمقترحات حول مختلف الشؤون الأكاديمية والإدارية والمجتمعية.
- الإعلام عن الجامعة بما تمثله من قناة تواصل بين مختلف منسوبي الجامعة من إدارة وموظفين وأساتذة وطلاب.
- نافذة اتصال مع المبتعثين وكافة المؤسسات التعليمية في الداخل والخارج.
- وسيلة توثيق عن الجامعة وأنشطتها وبرامجها.
- المشاركة في تفعيل ودعم مناسبات الجامعة المهمة بإصدار أعداد وملاحق خاصة.

## الإشراف على الرسالة:

يعين المشرف على التحرير والإدارة بناء على قرار من معالي مدير الجامعة وترشيح من عميد كلية الآداب، ويكون التعيين لمدة سنة قابلة للتجديد. وقد أشرف على الصحيفة في أعوامها التسعة الأولى عدد من أعضاء هيئة التدريس من مختلف أقسام كلية الآداب وانتقل الإشراف من عام 1403 إلى قسم الإعلام بكلية الآداب.  
مشرفو الصحيفة :

م	المشرف على الصحيفة	عام تولى الإشراف
1	أ.د. أسعد سليمان عبده	1395-1396
2	أ.د. محمد سعيد الشعفي	1396-1399
3	أ.د. عبد العزيز صالح الهلالي	1399-1400
4	أ.د. عبد العزيز عبد اللطيف آل الشيخ	1400-1401
5	د. ساعد خضر العرابي الحارثي	1401-1412
6	د. عبدالعزیز عطيه الزهراني	1412-1416
7	د. محمد سليمان الأحمد	1416-1422
8	د. عبد العزيز صالح بن سلمة	1422-1424
9	د. تركي فهد العيار	1424-1427
10	د. خالد عبدالله الحلوة	1427-1428
11	د. علي شويل القرني	1428-1434
12	د. فهد عبدالله الطياش	1434 - حتى الآن

## الجمعية السعودية للإعلام والاتصال

هي جمعية علمية متخصصة في مجال الإعلام والاتصال بشتى أنواعه. وقد صدر قرار تأسيسها عن مجلس التعليم العالي برقم 2109/أ تاريخ 22-12-1421هـ تحت مظلة جامعة الملك سعود.

أهداف الجمعية:

- تنمية الفكر العلمي في مجال الإعلام والاتصال والعمل على تطوير هذه العلوم والاختصاصات.
- إجراء الدراسات والبحوث المتخصصة في مختلف مجالات الإعلام في المملكة العربية السعودية.
- التواصل العلمي والمهني بين الأكاديميين والإعلاميين والقائمين على شؤون الإعلام في المملكة.
- تطوير الأداء المهني وتبادل الخبرات الإعلامية المحلية والعربية والدولية.
- تقديم الاستشارات في مجال الإعلام والاتصال للقطاعين العام والخاص.

برامج وأنشطة الجمعية:

- تنظيم المنتدى الإعلامي السنوي.
- إقامة المحاضرات والندوات وورش العمل في مجالات الإعلام والاتصال.
- إجراء الدراسات والبحوث العلمية والتطبيقية.
- إصدار ونشر مجلة علمية محكمة دورية إعلامية وتشجيع التأليف والترجمة والنشر.
- تقديم الاستشارات العلمية والمهنية.
- تنظيم جائزة التميز الإعلامي.
- إقامة الدورات التدريبية.
- إقامة المعارض والمؤتمرات وتنظيم زيارات ميدانية لمنسوبي الجمعية.

المنتديات والملتقيات السنوية للجمعية:

م	عنوان المنتديات والملتقيات	سنة الإقامة
1	الإعلام السعودي والسمات الواقع واتجاهات المستقبل	2003
2	صورة المملكة العربية السعودية في العالم	2004
3	التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي	2005
4	الإعلام والأزمات: الأسس والاستراتيجيات	2006
5	الاستثمار في صناعة الإعلام والاتصال	2009
6	الإعلام الجديد: التحديات النظرية والتطبيقية	2012
7	الإعلام والاقتصاد: تكامل الأدوار في خدمة التنمية	2016
8	الإعلام والتنمية في ضوء رؤية 2030	2019

## كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الإلكترونية

أنشئ كرسى صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية بموجب اتفاقية عقدتها جامعة الملك سعود مع صحيفة الجزيرة، كأول كرسى بحث إعلامي بالمملكة العربية السعودية يسهم في تحقيق أهداف الجامعة في تحقيق الشراكة مع مؤسسات المجتمع بما يسهم في دفع البحث العلمي المتخصص في الشؤون الإعلامية والصحفية بشكل نوعي يحقق استفادة لكل من المؤسسات الإعلامية والمؤسسات العلمية، كما هو كذلك لصحيفة الجزيرة وذلك بالرفع من مستويات أدائها وتطوير خبرات منسوبيها بما ينسجم مع التطورات التي تشهدها الصحافة الدولية، وذلك من خلال تكليف أستاذ دولي زائر يجمع بين الدراسة الأكاديمية والعمل المهني من الولايات المتحدة الأمريكية بحيث يشرف على النشاطات البحثية والتدريبية للكرسى، بالتعاون مع مجموعة من الباحثين وطلاب الدراسات العليا.

رؤية ورسالة الكرسي:

- الرؤية: الوصول بالكرسى إلى مستوى مركز بحثي تدريبي ريادي متخصص في الصحافة والإعلام على مستوى دولي من خلال بناء معارف وتطوير مهارات لطلاب الإعلام ومنسوبي الصحافة والإعلام في المملكة العربية السعودية.
- الرسالة: تنمية البحث العلمي المتخصص في مجال الصحافة الدولية، وتطوير المهارات المتقدمة في مجال العمل المهني الإعلامي.

الأهداف العامة لبرنامج الكرسي:

- دعم التوجه البحثي في مراكز البحث العلمي المحلية والعربية.
- توفير قاعدة معلوماتية سنوية متجددة حول الصحافة السعودية، للاستفادة منها في برنامج الكرسي البحثي.
- تكوين مرجعية ثابتة وقائمة ببلوغرافية بالدراسات السابقة التي تناولت الصحافة السعودية على المستوى المحلي والعربي والدولي، تساعد في خدمة البرنامج البحثي للكرسى، وطلاب الدراسات العليا والباحثين في مجال الصحافة بالمملكة، بالإضافة إلى المؤسسات والشركات الإعلامية السعودية، والجمعيات العلمية المتخصصة في الصحافة.
- رفد المكتبة الإعلامية بالبحوث والدراسات المتعلقة بالصحافة المحلية والعربية والدولية.
- إعداد البحوث العلمية السنوية حول الصحافة السعودية عموماً وصحيفة الجزيرة على وجه التحديد، فيما يتعلق بالمضامين والأشكال الصحافية، وكذا ما يتعلق بأراء الجمهور السعودي حول ذلك.
- تنشيط بيئة البحث العلمي بأقسام الإعلام في الجامعات السعودية، وتشجيع أعضاء هيئة تدريس الإعلام في الجامعات السعودية نحو العمل البحثي.
- الاستفادة من الخبرات الأكاديمية والمؤسسات والقيادات المهنية العالمية والعربية في تحقيق أهداف البرنامج البحثية والتدريبية.
- الإسهام في تدريب طلاب أقسام الإعلام بالجامعات السعودية، وكذا تطوير مهارات وقدرات القائمين بالاتصال في صحيفة الجزيرة من خلال البرنامج التدريبي للكرسى وما تمليه نتائج الدراسات العلمية التي يعدها الكرسي.

## وحدة التقرير الأسبوعي المصّور

بدأ قسم الإعلام في إنتاج تقرير تلفزيوني مصور عام 1430 هـ الموافق 2009 م يهدف إلى توثيق ونشر فعاليات وأنشطة الجامعة المختلفة في جميع الكليات والإدارات والوحدات، وذلك ضمن تقرير إخباري يعده ويقدمه طلاب قسم الإعلام ليكون هذا التقرير نواة لوحدة تدريبية يتم من خلالها تدريب الطلاب وتأهيلهم عملياً لمواجهة الحياة في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وتدريبهم على أحدث الوسائل والأجهزة التقنية الحديثة، ويتم نشر التقرير في الموقع الرئيسي للجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بوحدة التقرير الأسبوعي.

## مختبر الإعلام المرئي الرقمي

تم تجهيز مختبر الإعلام المرئي الرقمي ليكون مركزاً لتدريب وتأهيل الطلاب من أجل اكتساب الخبرات في الإنتاج المرئي والمسموع، ويحتوي مختبر الإعلام الرقمي على 27 جهازاً مجهزاً بأحدث برامج التصميم والإنتاج لشركة أدوبي Adobe التي تدعم فنون التصميم في مجالات:

- الإخراج الصحفي InDesign.
- الموشن جرافيكس After Effect.
- تصميم الجرافيكس Illustrator.
- المكساج الصوتي Audition.
- المونتاج Premiere.
- وغيرها من البرامج.

كما تدعم العمل على التطبيقات الخاصة بطلاب المقررات: التصوير والجرافيكس وتطبيقات الحاسب الآلي في الإعلام والإخراج الصحفي وتحرير الصور الصحفية وتصميم وإنتاج وسائل الاتصال الاستراتيجي والإنتاج المرئي والإنتاج المسموع. بالإضافة إلى أنها متاحة دائماً لجميع الطلاب الراغبين بتطوير مهاراتهم في الإنتاج والتصميم.

## مختبر الصحافة الإلكترونية

تم تجهيز مختبر الصحافة الإلكترونية ليكون مركزاً لتدريب وتأهيل الطلاب من أجل اكتساب الخبرات في الصحافة والنشر الإلكتروني، ويحتوي المختبر على 27 جهازاً متصل بشبكة الإنترنت ليتمكن الطلاب من الوصول والبحث في مصادر المعلومات، كما أنها مجهزة بحزمة من البرامج المكتبية لشركة Microsoft Office التي تدعم:

- كتابة وتحرير النصوص.
- العروض التقديمية.
- قواعد البيانات.
- القوائم الحاسوبية.

بالإضافة إلى احتوائه على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الخاصة بتحليل المعلومات وإجراء الاختبارات الإحصائية لطلاب الدراسات العليا. ويخدم المختبر مقررات: مبادئ الكتابة الإعلامية وتطبيقات الحاسب الآلي في الإعلام وتحرير الخبر والإعلام الجديد والصحافة الاستقصائية والنشر الإلكتروني وتحرير الفنون الصحفية ومناهج البحث العلمي ورسالتني الماجستير والدكتوراه. كما أن مختبر الصحافة الإلكترونية متاحة أيضاً لجميع الطلاب الراغبين في ممارسة الكتابة والنشر الإلكتروني و الإحصاء وتحليل المعلومات الإحصائية.



### الأندية الطلابية (نادي الإعلام)

بدأت فكرة تأسيس نادي طلاب الإعلام في عام 1429هـ في عهد رئاسة الدكتور فهد بن عبد العزيز الخريجي للقسم وتم تدشينه في 1/1/1430هـ.

رسالة النادي:

تأهيل طلاب الإعلام لتنمية مهاراتهم في العمل في الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة وتطوير قدراتهم في المجالات الإعلامية.

أهداف النادي:

- تمكين الطلاب من المعارف التي تؤهلهم للعمل في مجال الاتصال والإعلام .
- تدريب وتأهيل الطلاب لممارسة الاتصال والإعلام باحتراف كمهنة مستمرة طويلة حياتهم الوظيفية.
- تلبية حاجة سوق العمل المحلية والإقليمية والكوادر المؤهلة في مجال الاتصال والإعلام.
- تعريف الطالب ومساعدته للحصول على فرص وظيفية في مختلف قطاعات الاتصال والإعلام.
- تدريب وتأهيل الطالب بالمعارف والمهارات الإعلامية والاتصالية من خلال إقامة دورات وورش عمل وتنمية الفكر العلمي في مجال الإعلام والاتصال.
- تنمية مواهب الطلاب واستغلالها فيما يعود عليهم بالنفع.
- بناء علاقات بين الطالب والقسم والمؤسسات الإعلامية ومساعدتهم في الحصول على فرص وظيفية في مختلف قطاعات الاتصال والإعلام.
- بناء الثقة وتعزيز دور طلاب القسم وإعدادهم ليكونوا أعضاء مؤثرين وفاعلين ونافعين لدينهم ووطنهم وقادة في مجالات تخصصهم.

مهام النادي:

- إقامة وتنظيم ندوات ومحاضرات نظرية وعملية حول الموضوعات المتعلقة بأهداف النادي.
- إثراء معارف طلاب الإعلام في مجالات العمل الإعلامي من خلال الزيارات للمؤسسات الإعلامية المختلفة.
- تنظيم الدورات المتخصصة في حقول الإعلام (الصحافة، الإعلام المرئي والمسموع، العلاقات العامة) وإقامة ورش العمل التثقيفية لهم وتدريبهم في محيط إشراف النادي.
- العمل على إيجاد الفرص التدريبية لطلاب الإعلام بالتنسيق مع المؤسسات الإعلامية الكبرى.
- تنسيق مشاركة طلاب الإعلام والإشراف عليهم في تنظيم المعارض والمهرجانات والمؤتمرات التي تنمي الجانب التطبيقي لديهم.

أنشطة وفعاليات النادي:

- الدورات التدريبية وورش العمل.
- زيارات الجهات الإعلامية.
- تنظيم المؤتمرات والمعارض.
- استضافة الإعلاميين والمؤثرين (منصة نادي الإعلام).

## أنشطة القسم

تتمثل أنشطة القسم في الأعمال التالية:

- المحاضرات
- الدورات التدريبية وورش العمل
- عرض الأفلام
- تنظيم المؤتمرات والمعارض
- استقبال الوفود الإعلامية
- الزيارات
- الرحلات
- برامج ترفيهية للطلاب

المحاضرات:

نظراً لأهمية المحاضرات في تنمية ورفع مستوى التفكير لدى الطالب، وتحفيزه على المشاركة والتفاعل بمنهجية غير أكاديمية يقوم قسم الإعلام وعلى مدار العام الدراسي بتقديم مجموعة محاضرات عامة متاحة للجميع إعلامية وثقافية يقدمها نخبة من الأساتذة والمتخصصين والمهتمين بالقضايا الإعلامية والثقافية والاجتماعية من داخل الجامعة وخارجها. من بين العناوين المقترحة:

- كيف يمكن تنمية التفكير الإبداعي؟
- الإنترنت كوسيلة لتنمية المهارات البحثية
- الإعلام والإرهاب
- العولمة والهوية الثقافية

الدورات التدريبية وورش العمل:

نظراً لأهمية الدورات وورش العمل في تنمية المعارف وإثراء الخبرات وتطوير المهارات يقوم قسم الإعلام وعلى مدار العام الدراسي بتنظيم مجموعة من الدورات التدريبية وورش العمل في مجالات مختلفة يقدمها نخبة متميزة من داخل القسم وخارجه تتراوح مدة الدورة أو الورشة من يومين إلى أربعة أيام.

عرض الأفلام:

نظراً لأن الأفلام تساهم في تنمية مدارك الطالب وتثري أفضه وتوسّع خبراته يقوم قسم الإعلام وعلى مدار العام الدراسي بعرض مجموعة من الأفلام المتعددة: إعلامية وتعليمية وثقافية ووثائقية.

## تنظيم المؤتمرات والمعارض:

نظراً لأهمية المعارض في خلق وتعزيز مهارة التنظيم وتنمية الخبرات يقوم قسم الإعلام وعلى مدار العام الدراسي بتنظيم مجموعة من المعارض التي تبرز إنجازات القسم في شتى الجوانب الإعلامية، وتوضح بالتحديد إنجازات الطلاب حسب تخصصاتهم. بالإضافة إلى المشاركة في المعارض المقامة داخلياً وخارجياً.

## استقبال الوفود الإعلامية:

رغبةً في التعريف بالقسم والجامعة وبالمملكة عموماً يقوم قسم الإعلام وعلى مدار العام الدراسي باستقبال وإعداد برنامج الزيارة لضيوف القسم من الشخصيات الإعلامية والثقافية والسياسية من خارج المملكة والذين يقدون بمهام رسمية.

## الزيارات:

للتعرف عن كثب والوقوف على مراحل الإنتاج الإعلامي، وتوطيد علاقة قسم الإعلام بالقطاعات الإعلامية الضخمة والتي تتمتع بتجهيزات تقنية حديثة، ولمد جسور التواصل والتعاون معها، والعمل على إيجاد فرص عمل لخريجي القسم في هذه القطاعات المهمة. يقوم قسم الإعلام وعلى مدار العام الدراسي بتنظيم عدة زيارات ميدانية لمختلف القطاعات الإعلامية المتميزة، سواء الحكومية أو الأهلية المحلية أو العربية أو الدولية، لفترة تتفاوت من يوم إلى أسبوع، من بين هذه المؤسسات: وكالة الأنباء السعودية، المؤسسات الصحفية، المجموعة السعودية للأبحاث والنشر، مجمع التلفزيون، استديوهات أم بي سي، أوربت، مدينة الإنتاج الإعلامي بدبي والقاهرة، وكالة رويترز للأنباء في لندن وهوليوود.

## الرحلات:

رغبة في إشباع الجانب الترويحي، وتعزيز التعارف والتعاون بين طلاب القسم وفي أجواء ودية مفعمة بالمحبة. يقوم قسم الإعلام وعلى مدار العام الدراسي بتنظيم مجموعة من الرحلات داخل مدينة الرياض في أحد المنتزهات أو الاستراحات.

## البرامج الترفيهية للطلاب:

ينظم القسم على مدار العام الدراسي مجموعة من البرامج الترفيهية التي تساعد الطالب على الانخراط في الحياة الجامعية والابتعاد عن الضغوط النفسية والترويح عن النفس وبناء علاقات مع الطلاب الآخرين وخلق جو التنافس الشريف بينهم. ومن أمثلة هذه الأنشطة: الألعاب والمسابقات الإلكترونية الرياضية والذهنية.

## الخاتمة

إنّ قسم الإعلام بما يملكه من كوادر بشرية متميزة متمثلة في أعضاء هيئة التدريس ومحاضرين ومعيدین، وما يملكه من وحدات أكاديمية ومراكز بحثية، وتجهيزات فنية تقنية، قادر على شق طريقه إلى مستقبل إعلامي متميز سواء في تخريج طلاب مؤهلين للعمل في المؤسسات الإعلامية المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وإدارات علاقات عامة، مستلهمين في ذلك الفكر الأكاديمي لدى أعضاء هيئة التدريس والتطور التكنولوجي القائم في شتى مجالات الحياة لاسيما المجالات الإعلامية، أو تخريج باحثين جادين، قادرين على التصدي لدراسة المشكلات والقضايا العلمية في شتى المجالات الإعلامية.

والقسم بذلك يقفز قفزة كبيرة، منطلقاً من إمكانياته وقدراته، نحو مستقبل مشرق يخدم ويلبي ويساير القفزة الهائلة التي حققتها جامعة الملك سعود مؤخرًا، والتي تعمل على تجويدها وتعميقها عبر الأدوات التي تستخدمها وتوظفها وتستثمرها متمثلة في التخطيط الجيد الفعال وعمليات التطوير التي تتم والانطلاق من الحاضر إلى المستقبل على المستوى العلمي والتعليمي والإداري.

هيئة التحرير:

إشراف

د. علي د بكل العنزي

رئيس القسم

متابعة

د. الحبيب أعراب بلقاسم

مقرر لجنة الجودة والاعتماد الأكاديمي

إعداد وتصميم

أ. سعد ابراهيم الداود

عضو لجنة الجودة والاعتماد الأكاديمي

تحرير ومراجعة

حسام صالح التيسان

سكرتير وحدة الدراسات العليا

عصام البكري

سكرتير قسم الإعلام

## معلومات التواصل :

قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود  
الرياض 11451 ص.ب. 2456 المملكة العربية السعودية  
هاتف: 00966114675292 - 00966114698525  
فاكس: 00966114675310  
جوال: 00966559999763  
البريد الإلكتروني: mas-com@ksu.edu.sa

