

وصف مساقات برنامج البكالوريوس في العلاقات العامة والاعلان

- وصف مساقات التعليم العام لبرنامج البكالوريوس في العلاقات العامة والاعلان

CISA 101

تطبيقات في تقنية المعلومات

هذا المساق هو مقدمة لعلوم الحاسوب، يتم التركيز في هذا المساق على فهم فكرة عمل الحاسوب و ارتباط ذلك بمكوناته المادية والبرمجية . كما يتناول هذا المساق استخدام البرمجيات في معالجة النصوص وبناء البيانات المجدولة وتصميم قواعد البيانات والعروض التقديمية. يبدأ المساق بالتعريف بالحاسوب وأهميته ويتناول أهم المعدات المستخدمة للإدخال والإخراج والمعالجة والتخزين، كما يتناول العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والمجتمع، والمشكلات المقترنة باستعمال الحاسوب والتدابير الوقائية عند استخدامه وتوخي سرية المعلومات وأمنها، كما سيتم التعرف على مسائل الخصوصية المقترنة باستعمال الحاسوب والتعرف إلى فيروسات الحاسوب وكيفية الوقاية منها وتأمين البرامج والبيانات وعرض مفاهيم قضايا وأخلاقيات الحاسوب ثم يستعرض المساق البرمجيات العامة وتطبيقاتها، حسب أحدث البرمجيات الألكترونية

ENGA 101

لغة إنجليزية I

This course addresses a wide range of topics and interests. Adopting the slogan nothing in life is more important than the ability to communicate effectively, the course aims to promote students' communicative competence in English. In so doing, focus is on enhancing socio-linguistic competence, strategic competence, discourse competence, and linguistic competence whilst reflecting the latest trends in today's world. This course is for students studying in the Arabic programs.

ENGA 102

لغة إنجليزية II

This course prepares and familiarizes students with the principles of clear, concise writing in a technical environment for specific discourse communities. Technical writing conventions such as headings, illustrations, style, and tone in the writing of a variety of letters, emails and reports will be considered. This course is for students studying in the Arabic programs.

SRMA 101

مناهج البحث العلمي للقانون

يتناول هذا المساق محورين اساسيين، المحور الاول يتضمن التعريف العام بمناهج البحث العلمي ومراحل وخطوات إعداد البحث وسياسته وتعريف الطالب على استخدام المصادر والمراجع في الصفحات الالكترونية.

اما المحور الثاني فيتناول بشكل متخصص تعليم الطالب طرق ومصادر البحث القانوني وكيفية استعمالها في كتابة الأوراق البحثية وأيضاً تسليط الضوء على الجوانب الشكلية والموضوعية في الكتابة القانونية بأسلوب من شأنه تنمية مهارات الطالب في الصياغة والتحليل واعداد البحوث والدراسات المستقبلية. كما يتضمن المساق جانب تطبيقي يتمثل في توجيه الطالب الى إعداد بحث في أحد الموضوعات القانونية تحت إشراف استاذ متخصص في موضوع البحث حيث تتم مناقشة الطالب في بحثه من قبل المشرف.

SOCA 101

مقدمه في علم الاجتماع

يتطرق هذا المساق الى مفهوم علم الاجتماع والمنهج العلمي ويقارن ما بين علم الاجتماع والعلوم الاجتماعية الاخرى وكذلك الى مفهوم الثقافة والجماعات الانسانية ويصف الشخصية الاجتماعية والنظم الاجتماعية المختلفة واخيرا يتطرق الى المشكلات الاجتماعية والسلوك المنحرف.

ENVA 201

مبادئ علم البيئة

يتناول هذا المساق مجال علم البيئة وعلاقتها مع العلوم الاخرى ومصادر الطاقة ودوراتها، ومحددات البيئة وتشكيل التجمعات ومبدأ الاتصال بين المجتمعات وتنوع المجتمعات الحيوية والبيئات المائية والمحيطات وجداول الأنهار والحفاظ على البيئة وأهميتها الإقتصادية.

ISLA 201

ثقافة إسلامية

يتضمن هذا المساق : معنى الثقافة في اللغة والاصطلاح ومفهوم الثقافة الاسلامية وعلاقتها بالمصطلحات المقارنة: الدين , العلم , الفكر , الحضارة , المدنية وعلاقة الثقافة الاسلامية بالثقافات الاخرى ودورها في التقدم مع بيان مصادرها الاساسية (القرآن والسنة) وروافدها الاضافية (السيرة النبوية, الاجماع, القياس,العرف) مع بيان شرح خصائصها التي تميزها (الربانية , الشمول,الوسطية والتوازن ,الانسانية ,الواقعية الايجابية ومجالاتها الرئيسية (الايماي,العبادي,الخلقي) وبيان اهم التيارات الفكرية المعاصرة مثل الغزو الثقافي باساليبه المختلفة (التبشير ,الاستشراق,التغريب) وبيان موقف الثقافة الاسلامية من (العلمانية,العولمة).

HUMA 201

التفكير الناقد

يتناول هذا المساق مدخل إلى أنواع التفكير، التفكير الناقد والإبتكاري والكشف عن الطلبة الذين يمتلكون القدرات النقدية وتنمية التفكير واستراتيجيات التفكيرالناقد والإبتكاري.

SSSA 101

مهارات التعلم

يتناول هذا المساق رسالة الى التربويين وأولياء الأمور في كيفية الاستذكار والمذاكرة والامتحانات والصعوبات التي تواجه الطلبة في الجامعة

UAEA 201

دراسة مجتمع الإمارات العربية المتحدة

يتناول هذا المساق دراسة المجتمعات الانسانية عموما ويتناول على وجه الخصوص السمات العامة والمقومات الرئيسية لمجتمع دولة الامارات العربية المتحدة والموقع الجغرافي والسكان ونموهم والتركيب النوعي والعمومي للسكان، وكذلك يتطرق الى الجانب الاقتصادي والجغرافي للسكان . ويتناول الجوانب الاسرية والنظام الاسري والقبلي وطبيعة الحكم في المجتمع القبلي، كما ان المساق يتناول طبيعة الخدمات المقدمة للمجتمع قبل مرحلة النفط وبعدها اضافة الى دراسة دور المؤسسات الثقافية والتربوية والاعلامية وما تقدمه من خدمات للمجتمع الاماراتي.

وصف مساقات التخصص في برنامج البكالوريوس في العلاقات العامة والاعلان

ECOA 201 مدخل إلى الاقتصاد

يتضمن هذا المساق مواضيع مهمة وحيوية تمكن الطالب من فهم الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية وكذلك فهم الية السوق من خلال دراسة وتحليل نظرية الطلب والعرض ودراسة المرونة بانواعها المختلفة وذلك على المستوى الجزئي، وكذلك دراسة وتحليل مواضيع مهمة على المستوى الكلي مثل الدخل القومي، البطالة، التضخم، السياسة المالية والنقدية، التجارة الخارجية وميزان المدفوعات وكذلك دراسة النظم الاقتصادية المختلفة.

مدخل إلى العلوم السياسية POL 202

يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم علم السياسة وتطورها التاريخي وموضوعاتها وعلاقتها بسائر العلوم الاجتماعية الأخرى ، فضلاً عن تحديد مفهوم نظرية الدولة والسلطة السياسية وأسباب خضوع السلطة السياسية للقانون . علاوة على شرح مفهوم الأحزاب السياسية وعلاقتها بالأنظمة السياسية ، ثم بيان دور الرأي العام وأهميته وطرق قياسه ، مع إيضاح لمفهوم جماعات المصلحة ووظائفها ووسائلها .

إحصاء تطبيقي STA 301

يتناول هذا المساق التعريف بعلم الاحصاء , وأهميته في عملية جمع و تنظيم و تلخيص البيانات وتحويلها الى معلومات رقمية تمكن مستخدميها من اتخاذ قرارات سليمة في مجال عملهم . ويهدف هذا المساق إلى تنمية قدرات الطالب المعرفية في توصيف البيانات وعرضها و حساب التوزيع التكراري ومقاييس النزعة المركزية والتشتت، وتحليل الانحدار والتباين و الارتباط بين عدة متغيرات احصائية وتفسيرها . وكذلك تمكين الطالب من التطبيق الفعال للمقاييس الاحصائية في مجال ادارة الأعمال من خلال اختبار العينات وحدود الثقة وتطبيقات مربع كاي وغيرها .

مدخل إلى علم الاجتماع SOCA 101

يتطرق هذا المساق الى مفهوم علم الاجتماع والمنهج العلمي ويقارن ما بين علم الاجتماع والعلوم الاجتماعية الاخرى وكذلك الى مفهوم الثقافة والجماعات الانسانية ويصف الشخصية الاجتماعية والنظم الاجتماعية المختلفة واخيرا يتطرق الى المشكلات الاجتماعية والسلوك المنحرف .

تطبيقات الحاسب الآلي (E) CIS 101

This course offers students exposure to basic personal computer operation and commonly-used programs. Included is familiarization with and practical use of word processing, spreadsheet, database, presentation, database, network and internet software.

RES 201 مناهج البحث العلمي

يتناول هذا المساق البحث العلمي في إدارة الأعمال ونظم المعلومات ونظريته، وأيضاً استراتيجيات وعملية ومشكلة البحث العلمي المقترحة من خلال جمع البيانات وتحليلها والترميز وكتابة تقرير البحث القطاع الخاص والعام.

COM 102 اللغة العربية للإعلام

تناول هذا المساق تعريف اللغة ووظيفتها وأصلها وأهمية اللغة العربية وخصائصها وكيفية حمايتها، ويتناول بيان مفهوم الإعلام ووظائفه وأهدافه وعناصر العملية الإعلامية وصلة وسائل الإعلام باللغة والواقع اللغوي في وسائل الإعلام. ويبين دور الإعلام في تعليم اللغة. ويتناول التعريف باللغة الإعلامية، من حيث مستويات التعبير اللغوي وأهم سمات اللغة الإعلامية. ويدرس مشكلة اللهجات العامية في الإعلام، ويضرب لها أمثلة، ويقترح لها حلولاً. ثم يتناول العلاقة بين الإعلام والإعلان ببيان مفهوم الإعلام وأهميته وسمات لغته ومشكلاته ومقترحات للعلاج. وأخيراً يبحث في الأخطاء اللغوية الشائعة، فيبين الأسباب والنماذج ويضع الحلول المناسبة، وكذلك ضعف الأداء اللغوي في وسائل الإعلام من حيث مظاهر هذا الضعف وأسبابه ومقترحات علاجه.

COM 206 الترجمة

يهدف هذا المساق إلى تهيئة الطالب بحيث يكون متمكناً من اعداد المحرر المترجم بجمع ما بين القدرة على الترجمة والتحرير في وقت واحد. ويضيف هذا المساق المعرفة الكبيرة للطالب في مجال الشؤون الخارجية ويعزز مهاراته

وقدراته وأدواته في إستعراض القواعد النظرية للترجمة والتحرير والتطبيقات العملية على الأخبار عبر الوكالات العالمية والإقليمية. وكذلك يمكنه من تكيف الأخبار المترجمة إلى اللغة المحلية ونشرها بطريقة مفهومة بعد إدخال التعديلات المطلوبة عليها.

ADV 207 التصوير الرقمي

يتناول هذا المساق فن التصوير الضوئي والصحفي (الفوتوغرافي) والأسس العلمية والفنية للتصوير ، كما يشرح فكرة عمل الكاميرا وأجزاء الكاميرا الفيلمية وأنواعها وأنواع العدسات أيضاً ، كما يوضح آلية التصوير الضوئي وإنتاج الصور ودقة الصورة ووسائط التخزين ونظم التصوير الرقمي .

PRA 401 الرأي العام

يتناول هذا المساق التعريف بظاهرة الرأي العام باعتبارها من مظاهر السلوك الجمعي التي نشأت مع نشوء المدن و تطورت من خلال ما أصاب الحياة المعاصرة من متغيرات عديدة طبعت ملامح الحضارة الانسانية السائده، و يهدف هذا المساق إلى تعريف الطالب بمفهوم الرأي العام و أسباب الاهتمام به و الأنواع التي يصنف لها الرأي العام وفق معايير محدده تتعلق بعناصر الزمن وحجم الجمهور المشارك فيه وقوة التأثير والتأثر والوقوف على عوامل تكوين الرأي العام المختلفه و بخاصة منها وسائل الاعلام حيث يمكن للطالب من خلال ذلك أن يكون قادراً على فهم نظريات تفسير السلوك التي تتناول ظاهرة الرأي العام وبالتالي القدرة على قياس الرأي العام من خلال أدوات موضوعية مثل الاستفتاء أو المسح أو تحليل المضمون واستطلاعات الرأي العام.

COM 101 مهارات الاتصال

يتناول هذا المساق موضوع الاتصال البشري وعوائقه وبيان أنماط الشخصيات المختلفة ومهارات الاتصال المتنوعة والمهمة لفهم الانسان والتعامل معه بنجاح؛ باعتبار الانسان أنماط متعددة من الشخصيات والأطباع والأمزجة والميول، ولذلك يُدرَّب الطالب ويكسب مهارات وفنون تمكنه من اتقان التواصل مع الآخرين بنجاح في بيئات الحياة المختلفة كمفاتيح لتحقيق التميز والريادة، حيث يبين له ظواهر الرسائل الاتصالية التي تصدر من

الانسان وبيان مدلولاتها وخفايا هذه الرسائل التي يحتاج الى التنبه لها كلغة الجسم والصوت وما شابهها وطرق التحوار والاقناع المختلفة مع بني البشر.

PRA 208 مقدمة في العلاقات العامة

يتناول هذا المساق وصف العلاقات العامة ومفهومها إضافة إلى تزويد الطالب بمراحل هذا المفهوم وأهدافه ونشأته كما يوضح هذا المساق الأهمية والأسباب الموجبه للتعرف بعمق على وظائف الإدارة العامة. ويركز هذا المساق على الرأي العام وتقسيمه وإمكانية التوصل إلى الطرق المناسبة لقياس الرأي العام وتحديد دور العلاقات العامة في مجال الإتصال ومكوناته والوسائل المستخدمة في مجال الإتصال الجماهيري مع العاملين والمساهمين والمجتمع المحلي، ويوضح هذا المساق كيفية ممارسة نشاط العلاقات العامة ووضع الأنظمة الخاصة لأجهزة العلاقات العامة.

ADV 209 مقدمة في الإعلان

يتناول هذا المساق التعريف بالإعلان بإعتباره شكل من أشكال الإتصال والعوامل التي ساعدت في الإهتمام بهذا النشاط الإتصالي والمراحل التي يمر بها وعلاقة ذلك بالمستهلك بإعتباره الهدف الأساسي للإعلان وعلاقة بحوث التسويق التي تجرى على عينات من المجتمع كونها محرك أساسي لنجاح الإعلان في توجهاته المختلفة، كما يوضح وسائل الإعلان المستخدمة وصيغ تحرير الإعلانات وأنواع الرسائل الإعلانية مما يتيح للطالب التعرف على هذا العلم الذي تحده مجموعة نماذج ونظريات وتفسره بحوث تجريبية ميدانية مما يساعد على فهم وتنسيق طبيعة الحملات الإعلانية ومستلزمات نجاحها والوسائل المستخدمة فيها وهذا يعطيه القدرة على صياغة وتصميم الرسائل الإعلانية ومعرفة الأجزاء الأساسية المكونة لها وكيفية عمل وكالات الإعلان المتخصصة وطبيعة الحملات الإعلانية وشروط نجاحها، كما أن الطالب يتعرف بشكل واضح على المبادئ الأخلاقية التي تحكم النشاط الإعلاني والضوابط والقوانين التي يتحرك في ضوءها في عدد من الدول العربية والأجنبية.

PRA 301 تنظيم وإدارة العلاقات العامة

يتناول هذا المساق تعريف الطالب بمفهوم العلاقات العامة ورسالتها وأهدافها ونقل صورة المنظمة إلى جماهيرها ليكون دليل عمل للقائمين على العلاقات العامة ويمكن هذا المساق من التعرف على العملية التخطيطية في العلاقات العامة وربط التنظيم بالتخطيط من الناحية التطبيقية، إضافة إلى اتخاذ قرارات فاعلة. ويوضح هذا المساق عملية تصميم الهيكل التنظيمي وأساليب تقييمه ونماذجه المختلفه ويعرف هذا المساق ماهي العلاقات العامة الفاعلة إضافة إلى تحديد وشرح عملية الرقابة على المستويات في الوظائف الإدارية المختلفة.

PRA 402 تنظيم الأحداث الخاصة في العلاقات العامة

يتناول هذا المساق أهمية صناعة الأحداث الخاصة وتنظيمها كأداة يتم من خلالها جني الأرباح للمنظمة كما يتناول أهمية هذه الصناعة في الترويج السياحي وجذب السياح ' وكذلك يبين أهمية تنظيم الأحداث الخاصة لأجل تسويق الدولة على المستوى الخارجي ' سواء كانت تلك المناسبات رياضية أو سياسية أو ثقافية ويتناول أهمية امتلاك شركات العلاقات العامة المتخصصة في تنظيم الأحداث الخاصة الخبرة والدراية العميقة في السوق ومتطلباته واحتياجاته وقادرة على تنظيم الأحداث الخاصة وتقديم الحلول الشاملة والمتكاملة في مجال إدارة المناسبات للمؤسسات والشركات والجهات الحكومية .

PRA 302 الكتابة للعلاقات العامة

يتناول هذا المساق الخطوات التنفيذية لكتابة العلاقات العامة وأهميتها وخطواتها وأسس الكتابة ومتطلبات الأسلوب السليم لها وقواعد الكتابة الصحيحة وأنواع المقدمات والعناوين في النصوص المكتوبة والقوالب الفنية التي تكتب من خلالها .

كما يوضح مزايا البيانات الإخبارية وأهميتها وأنواعها وطرق كتابتها والخصائص الشكلية وقواعد استخدام الصور والرسوم وكيفية تقييم كفاءة البيانات واستخدامها .

كما يسعى الى تعريف إعلانات العلاقات العامة وأهميتها وأهدافها ووظائفها وعناصرها الأساسية وطرق قياس فعاليتها ، ويوضح الإستراتيجية الإبداعية في إعلان العلاقات العامة وبيان الجوانب القانونية للكتابة للعلاقات العامة .

PRA 403 العلاقات العامة وإدارة الأزمات

يمثل هذا المساق جهدا باتجاه التعريف بأساليب مواجهة الازمات من قبل جهاز العلاقات العامة ومن ذلك الحفاظ على سمعة المنظمة والعمل على ضمان بقائها وبالتالي التحوط للازمات ومحاولة احتوائها او التقليل من اثارها السلبية على المنظمة ، ويهدف هذا المساق الى تنمية قدرات الطالب المعرفية في فهم الازمة وتداعياتها والمضامين الخاصة بالازمة ذاتها والاساليب المؤدية الى نشوء الازمات مثل الاسباب الانسانية والاسباب الادارية وبيان سمات الازمة وخصائصها ومتطلبات احتوائها ، ويسعى المساق الى ان يكون الطالب قادرا على التخطيط لمواجهة الازمات واساليب حلها والتعامل معها بشكل فعال كذلك متطلبات ومبادئ نجاحه .

PRA 303 إنتاج المواد الإعلامية في مجال العلاقات العامة

يتناول هذا المساق تعريف المفاهيم المتعلقة بإعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة كالمراسم والفعاليات والبروتوكولات، وعناصر بناء وتصميم مطبوعات العلاقات العامة والاسس الفنية لها، ويسعى الى شرح خطوات إعداد وإنتاج المواد المسموعة (الإذاعية)، إضافة إلى إعداد وإنتاج المواد المرئية (التلفزيونية)، للعلاقات العامة، وعلاقة الانترنت بالعلاقات العامة ومجالات استخدام الإعلام الجديد والإعلام التفاعلي وطرق توظيفه من خلال تكنولوجيا الاتصال لتحقيق اهداف العلاقات العامة.

PRA 401 حملات العلاقات العامة

يسعى هذا المساق إلى تقديم مجموعة من المعارف النظرية والتطبيقية ذات الصلة بحملات العلاقات العامة، ومن ذلك شرح وتطبيق الخطوات المنهجية التي تعتمد عليها حملات العلاقات العامة: كالتهيئة، والتنظيم، واستخدام وسائل الإعلام والترويج، ويهدف هذا المساق إلى تنمية قدرات الطالب المعرفية في مهارات الاتصال المتعلقة في تحديد الجمهور المستهدف، وجدولة الحملة، والتقييم، وكتابة التقارير الخاصة بالحملة والارتقاء به إلى المستوى الذي يكون فيه قادرا على الاستيعاب الكامل لاعداد وتصميم وتنفيذ حملة كاملة ومعرفة نقاط القوة والضعف مثل أي الوسائل اكثر فعالية في الحملة في وسائل الاتصال الجماهيرية ام الخاصة . كما يسعى هذا المساق إلى تمكين الطالب من تخطيط وتصميم وإنجاز حملات العلاقات العامة نظريا وتطبيقيا وتناول بعض الاخطاء السابقة لنماذج من حملات من منظمات مختلفة .

PRA 304 البروتوكول والاتيكي

يتناول هذا المساق تعريف مفهوم البروتوكول الرسمي والدبلوماسي ونشأته وتطوره والجهات التي تتولى شؤون البروتوكول الرسمي والدبلوماسي القديم والمعاصر وبطاقات الزيارة . ويسعى الى تنمية مهارات أداب التحدث والإنصات والتعامل والمجاملات في المجال الرسمي والدبلوماسي، ويشرح أيضاً الأسبقيات في مجال البعثات الدبلوماسية القنصلية والاسبقية بين الدول وإهداء الأوسمة ومنحها وأنواع وطرق أعداد المأدب وقواعد رفع الأعلام وتنكيسها. كما يتناول تصنيفات الملابس الرسمية لكلا الجنسين نساء ورجال في المحافل الدولية ويشرح إمتيازات الوفود في المؤتمرات الدولية و حصانتها ويوضح أساليب وقواعد الإتكي المتبعة في تنظيمها .

PRA 305 العلاقات العامة عبر الإنترنت (E)

The objective of this course is to provide an overview of how people in the Public Relations (PR) field use visual communications to meet various organizational objectives. Students explore how *memorable visual messages with text* have the greatest effect to inform, educate and persuade individuals. The course will help students navigate through the vast amount of visual stimulation by introducing them to the principles of *visual literacy*. It also involves discovering why some images are remembered while most are not through the critical examination of visual communications in newspapers, magazines, television, film, and new media. Students learn how to interpret visual representations from these theoretical perspectives and how to apply these theories strategically in the work they produce.

They will actively apply these principles while getting hands-on experience in the techniques and contemporary applications in visual media---specifically print and electronic publication production as they apply to the PR profession. Practical coursework involves learning to use some of the standardized industry software, including Adobe InDesign CS6, Adobe Photoshop CS6, and the WordPress to produce fliers, logos, brochures, and portions of websites.

PRA 404 تدريب ميداني في العلاقات العامة

يتناول هذا المساق تدريب الطلبة عمليا في المؤسسات العامة والشركات الخاصة بالعلاقات العامة، والإشراف الأكاديمي والعملية أثناء التدريب، كما يقوم الطالب بتقديم تقارير عن طبيعة المهام التي قام بها خلال فترة التدريب، بالإضافة إلى المهارات التي اكتسبها والصعوبات التي واجهها أثناء فترة التدريب، ومناقشة هذه التقارير من قبل المشرف الأكاديمي.

PRA 405 مشروع تخرج في العلاقات العامة

يقوم الطلاب من خلال هذا المساق بتقديم مشروع تخرج في مجال العلاقات العامة، ويكون هذا المشروع دراسة العلاقات العامة في منظمة معينة من المنظمات العامة او الخاصة في دولة الامارات العربية المتحدة أو تصميم موقع على الانترنت لمؤسسة ما، أو انتاج مجموعة من المطبوعات الداخلية مثل المجلة والنشرة والأدلة الإرشادية، وقد يقوم الطلاب بتنظيم معرضا أو حدثا خاصا.

301 ADV كتابة النصوص الإعلانية

دراسة كيفية إعداد المادة التحريرية لرسائل الإعلان من أجل تكوين رأى عام مستهدف وأيضا إعداد المادة التحريرية المستهدفة لوسائل الإعلان المختلفة مع تحديد أبعاد صياغة المضمون ومحتوياته وآثار الكتابة والصياغة وفعاليتها على مراحل التأثير النفسي والاتصالي للجمهور المستهدف ومراعاة اختلاف الجمهور والوسائل مع تطبيقات عملية يعدها الطالب .

201 ADV تطبيقات الحاسب الآلي في الإعلان

يتناول هذا المساق أهمية استخدامات الحاسب بمكوناته المادية Hardware لوحداث الإدخال والتشغيل والإخراج والتخزين والنقل الخارجية وعلاقة ذلك بعمليات الإنتاج للإعلان كما يدرس الطالب ويتدرب عمليا على برامج الحاسب Software المستخدمة في التخصص وخصوصا برامج النشر ، Adobe-Photoshop ، Adobe in design ، وبعض برامج الرسوم المتحركة وثلاثي الأبعاد.

استراتيجيات الإبداع الإعلاني ADV 402

يدرس الطالب في هذا المساق معنى الإبداع والتفكير الابتكاري من حيث المراحل التي تمر بها العملية الابتكارية ومكوناتها والاستراتيجيات الإبداعية في مجال الإعلان وكيفية تصميمها وإعدادها مع استخدام الأوتار الإقناعية المؤثرة من خلال خطوات عملية وبحثية تتضمن مراحل تطبيقية ليصبح الطالب قادرا على إعداد وتحليل رسائل إعلانية ابتكارية من خلال مجموعات عمل .

ADV 302 الإعلان المطبوع

يهدف هذا المساق أن يدرس الطالب كل أشكال الإعلان المطبوع بعد التعرف على مقدمة تاريخية للطباعة وتطورها وتقنياتها وصولاً إلى التطبيقات الحديثة في مجال الإعلان المطبوع ويشمل ذلك الإعلان الصحفي (جرائد ومجلات)، الإعلانات الخارجية الثابتة والمتحركة، الإعلانات الترويجية المطبوعة في مراكز الخدمة الذاتية ودراسة عناصر التصميم في كل منها وأساسيات التصميم لها بما في ذلك عملية فصل الألوان والطرق الطباعية وأنواع الورق والاحبار والخامات والتقنيات الطباعية وتدريب الطلبة على ذلك على نماذج تطبيقية من خلال مجموعات عمل .

ADV 403 الإعلان الإذاعي والتلفزيوني

مقدمة لدراسة تطور الإذاعة والتلفزيون وخصائصهما ومكونات الإعلان في كل منهما والتعرف على مميزات كل منهما كوسائل إعلانية جماهيرية والتطرق الى تقنياتهم الحديثة وأثرها على الإعلان كما تتعرض الدراسة لطرق إعداد وتصميم الإعلان الإذاعي والتلفزيوني بأنواعهم المختلفة والوسائل الفنية المرتبطة بذلك مع تدريب الطلبة عمليا على ذلك من خلال مجموعات عمل في أماكن الإعداد.

ADV 401 الإعلان الإلكتروني (E)

This course introduces students to use of the Internet by different organizations to achieve goals for advertising purposes to communicate with buyers directly, raise visibility, and increase sales. It shows students how they can leverage Web-based content to get the right information to the right people at the right time for a fraction of the cost of big-budget campaigns. Students learn to evaluate, develop, and execute Internet-based advertising and promotional campaigns with an exploration of Internet advertising and marketing issues and ideas. Most weekly classes will consist of a discussion of Internet advertising and marketing issues along with hands-on lab and multimedia sessions.

ADV 303 إدارة الإعلان

يتعرف الطلاب من خلال هذا المساق على المفهوم العام لعلم الإدارة وبخاصة إدارة الإعلان من خلال دراسة علمية إدارية متكاملة لما يجرى داخل المنشآت المتخصصة في المجال مع دراسة إدارة خطط النشاط الاعلاني وعلاقة الإدارة بتحقيق الاهداف والاستراتيجيات للرسائل والوسائل المستخدمة وادارة القرارات والمعايير التي حددتها الميزانيات ودراسة الجدوى الاقتصادية داخل المنشآت الاعلانية والاعلامية.

ADV 404 تخطيط الحملات الاعلانية

يقوم هذا المساق بتعريف الحملات الاعلانية ودراسة مكوناتها ونماذج اتجاهات الجمهور وتحليل استراتيجيات الحملات الاعلانية وعملية التخطيط ودراسة المزج بين الوسائل في ضوء علاقتها بالجمهور المستهدف وكيفية إعداد المخصصات المالية والجدولة الزمنية ودراسة الاختبارات القبلية والبعديّة وتقويم الحملات لضمان نجاحها.

ADV 405 تدريب ميداني في الإعلان

يتم اكتساب الطلاب مهارات عملية من خلال مجموعات عمل تتدرب في المؤسسات العامة والخاصة والوكالات الخاصة بالإعلان، تقوم بتطبيق ما درسته في مساق إنتاج الإعلان المطبوع ومساق الإعلان المسموع والمرئي وذلك من خلال ورشة عمل للتدريب على التصميم والتصوير للأعمال والتدريب على الأسس الفنية واكتساب المهارات التنفيذية واختيار الخامات المناسبة وعمل بروقات طباعية.

ويقوم الطلاب بتقديم تقارير عن طبيعة المهام التي قاموا بها خلال فترة التدريب، بالإضافة الى المهارات التي اكتسبوها والصعوبات التي واجهوها اثناء فترة التدريب، ومناقشة هذه التقارير من قبل المشرف الاكاديمي.

ADV 406 مشروع تخرج في الإعلان

يتناول هذا المساق قيام الطلاب بتجربة التخطيط والتصميم والتنفيذ لحملة إعلانية متكاملة من خلال مجموعات عمل تحاكي ما يحدث في سوق الاعلان عمليا حيث العمل جماعي من خلال فريق عمل متكامل يمر به الطلاب باختيار عنوان مشروع التخرج والمرور بالتحضير والبحوث وجمع المعلومات واستطلاعات الرأي وتحليلها والوصول إلى مؤشرات ودلالات وتحدد استراتيجية إعلانية وتصميمات تتضمن أفكار ابتكارية مدروسة تقوم المجموعة بتطبيقها ثم عرضها امام لجنة التقييم .

PRA 406 التسويق الاجتماعي

يهدف هذا المساق الى تعريف الطالب بمفهوم التسويق الاجتماعي ومقارنته بمفاهيم تسويقية اخرى ، حيث يساعد هذا المساق على تنمية قدرات الطالب المعرفية في هذا المجال .وتتضمن هذه المادة المواضيع التالية: مفهوم التسويق الاجتماعي ،علاقة التسويق الاجتماعي بالتسويق التجاري، نظريات ونماذج التسويق الاجتماعي، استراتيجيات التخطيط في حملات التسويق الاجتماعي، اساليب الاقناع وبناء الرسالة في حملات التسويق الاجتماعي، التسويق الاجتماعي في المنظمات غير الحكومية غير الربحية ، والتسويق السياسي.

PRA 306 أخلاقيات العلاقات العامة

يتناول هذا المساق مفهوم العلاقات العامة وأخلاقياتها , وأهمية الأخلاقيات في مؤسسات العلاقات العامة، والتشريعات والقوانين المتعلقة المنظمة لهذه المهنة كما يتناول الأسس السليمة للتعامل مع المشكلات والحالات المختلفة التي تواجه المؤسسات , ويفسر موثيق الشرف المنظمة لمهنة العلاقات العامة ونشأتها وتطورها وفوائدها وخصائصها , والمتغيرات التي تؤثر على الالتزام بالأخلاقيات المهنية وعواملها إضافة إلى الموثيق الأخلاقية للعلاقات العامة وارتباطها بالتنظيمات المهنية .

PRA 307 الاتصالات التسويقية المتكاملة

تعتمد الدراسة لهذا المساق على المفهوم الحديث لعملية الاتصالات التسويقية المتكاملة والتي تتضمن التنسيق المبني على التكامل بين كل أنشطة الإعلان والنشر والبيع الشخصي والإعلان والتسويق المباشر ووسائل تنشيط المبيعات كما تشمل علاقة كل هذه الأنشطة بالتخطيط والتنظيم وقياس الفعالية والتقييم القابل لتطوير تلك الأنشطة لضمان تكاملها .

PRA 407 ادارة سمعة المنظمات

يتناول هذا المساق كيفية إدارة السمعة الاستراتيجية للمنظمات من حيث الاتصالات والتقنيات لإدارة السمعة ، كما ويسعى الى اكساب الطالب مهارات إدارة القضايا والمخاطر والأزمات والطرق السليمة والحديثة في حلها والتخطيط الناجح للتعامل معها

PRA 308 التسويق المباشر

يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم التسويق المباشر من حيث خصائصه و عيوبه و أساليبه إضافة إلى الأهداف الرئيسية للتسويق المباشر حيث يهدف هذا المساق أيضاً إلى تنمية قدرات الطالب المعرفية في هذا المجال ليكون قادراً على التمييز بين التسويق المباشر و الإعلان العام و كذلك يتعرف على العوامل التي تساعد على نمو التسويق المباشر و تطوره بالإضافة إلى معرفة مراحل استخدام التسويق المباشر في الإستراتيجية التسويقية. و أخيراً يهدف لتمكين الطالب من ادراك أهمية وكيفية استخدام قاعدة البيانات في مجال التسويق المباشر .

PRA 309 العلاقات العامة الدولية

يتناول هذا المساق تعريف الطالب بمفاهيم العلاقات الدولية في مجال مخاطبة الجمهور الداخلي للمنظمة الدولية إضافة إلى جمهورها الخارجي. وكذلك تعريف الطالب بخصوصيات العلاقات العامة ومجالاتها وشرح العناصر الأساسية التي تركز عليها المنظمات في إيصال رسالتها في التأثير بالجمهور والتواصل معهم لكي يكونوا قادرين على التعامل مع المنظمة بشكل إيجابي.

يضيف هذا المساق مهارات التعامل مع الآخرين من خلال تعميق مفهوم الثقافات المختلفة للجمهور . ويمكن هذا المساق إلى فهم واسع في مجال استخدام الأساليب الحديثة في مجال العلاقات العامة ودور عمليات الإتصال في دعم وتعزيز العلاقات العامة وتحديد أنواع الإتصال الجماهيري.

PRA 408 فن الإقناع

يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم الإقناع كمهارة من مهارات الإتصال الهامة لمختلف وظائف الحياة والتعاملات الإنسانية ومهارة قيادية وادارية وتسويقية لا غنى عنها وكذلك بيان القدرة على التأثير من خلال توضيح الأدوات التي تساعد على اقناع الآخرين بالحجة والبيان وترسيخ مفهوم المصادقية وزرع ثقتهم وقراءة أفكارهم وفهم محركات الإقناع والتأثير وطرق استخدامها لتحقيق فعالية الحوار وكفاءته واكساب الطالب مهارات الإقناع المتعددة .

PRA 409 الإتصال التنظيمي

يسعى هذا المساق لشرح وتحليل أشكال وأنماط الإتصال التنظيمي في منظمات الأعمال. كما يركز على شرح مختلف المعارف النظرية والتطبيقية المتعلقة بالإتصال التنظيمي. ومن ذلك مثلا: المفاهيم الأساسية، استخدام التكنولوجيات الحديثة في الإتصال التنظيمي، نماذج ومستويات الإتصال التنظيمي، مصادر المعلومات في المنظمة، طرق الإتصال داخل المنظمة، طرق إدارة الخلافات .

PRA 410 بحوث التسويق

يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم بحوث التسويق من حيث اهميته , اهدافه حيث يهدف هذا المساق الى تنمية قدرات الطالب المعرفية في هذا المجال بحيث يكون قادرا على تصميم البحث التسويقي وتنفيذ خطواته من خلال جمعه للبيانات الاولية والثانوية عن طريق استخدام الاستبيان واعتماده على العينات وتعميمها على مجتمع الدراسة . واخيرا ليكون قادرا على كتابة البحث التسويقي بشكل منظم ومنسق .

ADV 304 التسويق الإلكتروني

يسعى هذا المساق إلى إكساب الطلاب أحدث المهارات للتعامل مع شبكة الإنترنت والقيام بالتطبيقات العملية من خلال تصميم وتنفيذ أشكال لخدمة الإعلان لصالح مؤسسات أو منتجات أو علاقات تجارية محددة مع التطرق إلى دراسة أنواع هذه التطبيقات والبرامج الجرافيكية المتعلقة بتصميمها وتنفيذها مع تعريف الطلاب بأخلاقيات التعامل في هذا المجال.

ADV 305 إنتاج الإعلان التلفزيوني

في هذا المساق يدرس الطالب الأسس المرتبطة بتصوير الإعلان التلفزيوني بكافة أشكاله وقوابله الفنية بعد دراسة أنواع الكاميرات ووحدات الإضاءة وعلاقة تقنيات التصوير سواء التصوير الداخلي أو الخارجي ودراسة الإخراج وعمل المونتاج لتحقيق الأهداف الاتصالية للإعلان والتدريب عليها.

ADV 407 سلوك المستهلك

يهدف هذا المساق إلى الإلمام التام بالدراسات السيكولوجية للمستهلكين والمتلقين قبل الإعداد للعمليات الاتصالية حيث يتم دراسة كل الجوانب المختلفة لسلوك المستهلكين والعوامل المؤثرة فيها وانواع الإدراك ودراسة الاتجاهات والدوافع والاحتياجات وعلاقتها بالغرائر من خلال دراسة هذه النظريات وارتباطها بالإعلان وعمليات اتخاذ القرارات وكيفية استخدام الأوتار الإقناعية للتأثير الإيجابي مع دراسة وتحرير نماذج .

ADV 408 مهارات العرض والتقديم

يهدف هذا المساق إلى إكساب الطلاب مجموعة من المهارات الاتصالية المرتبطة بنجاحه في العمل الإعلامي وخصوصا في مجال الإعلان حيث تتطرق الدراسة الى لغة الحديث والإلقاء والإنصات والتعبير وأساليب ونظريات التأثير والإقناع كما يتدرب الطلاب على استخدام وسائل الاتصال وتقنياتها في مجال العرض والتقديم لضمان احداث الاقناع وتحقيق أهداف الاتصال.

ADV 306 الترويج الإعلاني والمعارض

يتعرف الطلاب من خلال هذا المساق على الدراسات الترويجية وما يتعلق بالمزيج الترويجي والعوامل المؤثرة في صياغة هذه الاستراتيجيات وعلاقتها بالأنشطة الاتصالية للإعلان والنشر والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات من خلال عمليات تخص إدارة نوافذ العرض وإقامة المعارض والمهرجانات وكل الوسائل الداعمة لمعارض البيع بمحلات الخدمة الذاتية.

ADV 409 إقتصاديات الإعلان

يتناول هذا المساق كل ما يتعلق بالعوامل الاقتصادية المرتبطة بعمليات الإعلان وذلك من خلال دراسة الأسس النظرية الاقتصادية وتطبيقاتها قبل اختيار الوسائل وتخطيط الحملات من خلالها حيث هناك علاقة ارتباطية بين التكلفة والعائد من العمليات الاعلانية يجب دراستها وتحديدتها قبل اتخاذ القرارات والتطبيقات تتعلق بدراسة الجدوى الفنية والتي يتم ترجمتها في النهاية الى دراسات جدوى اقتصادية.

ADV 307 إعلانات الطرق

يتم في هذا المساق تناول كل ما يتعلق بوسيلة الإعلانات الخارجية سواء الثابتة أو تلك الموجودة على وسائل النقل المتحركة وطرق تصميمها وتنفيذها وكيفية إدارتها بما في ذلك دراسة القوانين والتشريعات المنظمة لها كما يعالج المقرر دراسة لكل أنواع الإعلانات الخارجية بمسمياتها المختلفة مع دراسة وتحليل لنماذج عالمية ومحلية مع دراسة الخامات والطرق الطباعة المتبعة في تنفيذها.

ADV 410 الحملات الإعلانية الدولية

يدرس الطالب في هذا المساق الاعلان الدولي من منظور مفاهيمي تطبيقي ويناقش الاعلان الدولي والحملات الدولية للإعلان بمفاهيمها الواسعة والقابلة لنشر الأفكار دوليا مع تطبيقها محليا (لكل دولة طبقا للمتغيرات المتعلقة بنوعية المتلقين) بعد دراسة تسويقية وترويجية وثقافية واجتماعية وعلاقتها بسلوك المستهلكين المحليين مع دراسة وتحليل لأمتثلة من تلك الحملات الدولية

ADV 308 الاتصالات التسويقية المتكاملة

تعتمد الدراسة لهذا المساق على المفهوم الحديث لعملية الاتصالات التسويقية المتكاملة والتي تتضمن التنسيق المبني على التكامل بين كل أنشطة الإعلان والنشر والبيع الشخصي والإعلان والتسويق المباشر ووسائل تنشيط المبيعات كما تشمل علاقة كل هذه الأنشطة بالتخطيط والتنظيم وقياس الفعالية والتقييم القابل لتطوير تلك الأنشطة لضمان تكاملها.

LAW 101 مدخل الى القانون

يتناول المساق دراسة النظرية العامة للقانون من حيث تعريف القانون و خصائص القاعدة القانونية و فروع القانون المختلفة و مصادره الرسمية و التفسيرية، و نطاق تطبيق القانون من حيث المكان و الزمان، ثم دراسة تفسير القاعدة القانونية. كما يتناول هذا المساق دراسة الشخصية القانونية من حيث أهميتها و أنواعها و الاثار المترتبة على اكتسابها. كما يتضمن دراسة النظرية العامة للحق من حيث التعريف بالحق و أركانه و أنواعه و أطرافه و وسائل حمايته و إثباته.

HIS 210 تاريخ دول الخليج العربي

يهدف هذا المساق إلى تعريف الطلبة هوية السكان القدماء في الخليج خلال العصر الحجري والعهد الهيليني والفرثيون وتاريخ العرب في الخليج خلال فترة الإسلام والفتوحات الإسلامية، و يوضح مفاهيم تكوينات القرامطة والإمارة العيونية في الخليج. كما يتيح المساق للطلاب تفسير الصراع على الخليج خلال فترة البرتغاليون والصفويون والعثمانيون ودور إنجلترا في الخليج وتحليل طبيعة الإنسان وبداية التكوين السياسي في الخليج. كما يؤهل المساق الطالب لكسب المهارة الكافية لوصف تاريخ الخليج (الساحل المتصالح) من عام 1820 حتى الاستقلال ومناقشة التطورات السياسية واقتصاد النفط في الخليج في القرن العشرين.

LAW 304 المنظمات الاقليمية والدولية

يتناول هذا المساق دراسة بالمنظمات الدولية من حيث تعريفها ونشأتها وتطورها، مع التركيز على دراسة القواعد العامة للتنظيم الدولي والشخصية القانونية للمنظمة الدولية وأنواع المنظمات الدولية ودور المنظمة الدولية وسلطاتها، مع دراسة واسعة لهيئة الأمم المتحدة وبعض المنظمات الاقليمية خاصة جامعة الدول العربية ومجلس التعاون لدول الخليج العربي.

ENV 303 مصادر الطاقة المتجددة

يتناول هذا المساق التعريف بمصادر الطاقة المتجددة وأهميتها. ويبين موارد وتحولات الطاقة من حيث طرق تقليدية لتحويل الطاقة والطلب على الطاقة. ويتناول الطاقة الاحفورية ، والطاقة الشمسية وطاقة الرياح والمياه والطاقة الحيوية. والطاقة النووية ، ودراسة الطاقة والاقتصاد والبيئة ويتناول الطاقة المتجددة في دولة الإمارات العربية المتحدة .، وتاريخها وتطبيقاتها، وأهميتها.

PRA 403 مجتمع المعلومات

يتناول هذا المساق فكرة شاملة عن مفهوم مجتمع المعلومات ونشأته وأهم نظرياته. ويبين هذا المساق للطالب خصائص ومؤشرات مجتمع المعلومات. كما يتيح المساق للطالب الفرصة لتحليل أهمية تقسيمات صناعة المعلومات ومتطلباتها ومقوماتها وتقييم أهم التوجهات العربية والدولية لمجتمع المعلومات. كما يعد المساق الطالب لتمييز تأثير ودور المكتبات في مجتمع المعلومات. كما يتيح المساق للطالب اختبار جودة برامج المكتبات الرقمية بنظام التعليم المفتوح وجودة الأداء في الأقسام الأكاديمية للمكتبات والمعلومات

ADV 405 تنظيم المعارض والمهرجانات

يتناول هذا المساق التعريف بنشأة وتطور مفهوم المعارض وتنوع دلالات أسم المعارض وتاريخ وخصائص الأسواق والمعارض العربية والاجنبية. ويهدف المساق إلى تنمية قدرات الطالب المعرفية في أنواع المعارض وأسباب اختلاف تصنيفاتها وأهم العوائق والأخطاء التي يجب تجنبها عند إقامة المعارض والمهرجانات. ويسعى المساق الى تمكين الطالب من تحديد مبررات وأهمية المعارض بالنسبة للمنظمين والشركات وللزوار وللدول وتحليل كيفية إدارة المهرجانات والأحداث في نظام السياحة وعلاقة المجتمع المضيف بالزائرين وكيفية مشاركة المجتمعات ثقافتها من خلال المهرجانات والأهمية الاقتصادية للمعارض والمهرجانات وطبيعة السعة المكانية والطاقة الإنتاجية للمهرجان والارتقاء بالطالب الى ان يكون قادرا على تقييم الفكرة والاستراتيجيات الرئيسية ونتائج المشاركة بالمعارض.

COM 304 الشبكات الاجتماعية

يتناول هذا المساق طرق الإتصال الحديث في المجتمعات وتأثير خصائص الشبكات الاجتماعية في تقوية روابط المجتمع وتواصل أجياله. كما يوضح الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية للإعلام الجديد وتفاعلها مع المجتمع ويتطرق أيضاً للأدوار السلبية لتلك الجوانب. ويعرف مزايا شبكات التواصل الاجتماعية المختلفة وإيجابيات وسلبيات كل منها وسمات الصحافة الإلكترونية وطرق الرقابة عليها ويوضح أيضاً خصائص الإعلام الجديد التي تميزه عن الإعلام التقليدي.

ADV 305 أساسيات التصميم

يتناول هذا المساق التعريف بأهمية ووظيفة والعوامل المؤثرة والخامات والأدوات المستخدمة والتيار الحديث للتصميم. كما يتيح المساق للطالب استخدام أنواع ومساحة وحركة وطبيعة الخط ويميز بين القيمة الضوئية واللونية له وقياس أبعاد الخطوط وقيمتها اللونية والمقارنة بين الخط المستقيم والمنكسر في الكتابة العربية والزخرفة الإسلامية. كما يعد المساق الطالب لمناقشة سيكولوجية إدراك اللون والمعاني المرتبطة بالألوان وتأثيراتها على التصميم، وتوافق وتباين الألوان وعلاقتها بفن الجرافيك (فن الدعاية والإعلان). كما يؤهل المساق الطالب ليقم أنواع تكوينات الشكل وعلاقتها بالفضاء (السالب والموجب) وعلاقة الخط ومبادئ تكوين الشكل والمصمم الطباعي والمجتمع ويثمن علاقة وحدة الشكل مع التنوع وأنماط التوازن بين أشكال العمل الفني وأنواع الإيقاع في التصميم. وهذا المساق يتيح للطالب الفرصة لممارسة هذه المهارات وتطبيقها بأساليب متنوعة بصورة تمكنهم من تحقيق أهدافهم الشخصية وأفكارهم الفنية بتصميم نموذج يراعي فيه عناصر التصميم والزمن بوصفه وحدة أساسية لبناء عناصر التصميم.

ADV 405 الوسائط المتعددة

يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم الوسائط المتعددة من خلال الخصائص المختلفة لعناصرها وأنواعها، إضافة إلى مجالات استخدام وطرق تقديم الوسائط المتعددة. ويهدف هذا المساق إلى تنمية قدرات الطالب المعرفية في كيفية توظيف المكونات المادية لإنتاج الوسائط المتعددة وكما يسعى المساق إلى تمكين الطالب من التميز بين خصائص ومعايير برامج الإنتاج والتأليف لتكوين التطبيقات المختلفة، كما يؤهله لتصميم وتقييم خطوات ومراحل ومعايير إنتاج وأختيار برامج الوسائط المتعددة.

ADV 306 فن الجرافيك

يتناول هذا المساق التعريف بمفهوم التصميم الجرافيكي وأهميته وتاريخ نشأته ومجالات تطبيقه وأسس نجاحه. كما يتيح المساق للطالب التميز ما بين أنواع المطبوعات وأنواع التصميم الجرافيكي، وما بين العناصر التصويرية والمرئية والعلائقية والتطبيقية وبين المبادئ الأساسية والمساندة في التصميم الجرافيكي. كما يؤهل المساق الطالب ليقوم تقسيم سببسنر للعمل الفني. كما يعد المساق الطالب لتخطيط الشبكة المناسبة ويحدد أهمية وعلاقة الشبكات بالتوازن ويتيح هذا المساق للطالب تصميم شعار أو إشارة بأستخدام التصميم الجرافيكي.

MGT 101 أسس الإدارة

نظرة عامة على الوظائف الإدارية الأساسية، التركيز على التخطيط، التنظيم، القيادة والرقابة.