

برنامج الحصص التطبيقية الخاصة بمادة: الاتصال والتسويق العمومي

1- معلومات عامة:

- المستوى: سنة أولى ماستر – اتصال وعلاقات عامة
السداسي: الأول
عنوان الوحدة: وحدة تعليم الأساسية
المادة: الاتصال والتسويق العمومي
أستاذ المادة: د. زياينة يونس
الرصيد: 5 - المعامل : 2

2- التسيير والتنظيم:

- يتم تقسيم الطلبة إلى مجموعات، يمكن أن تتكون من طالب إلى 4 طلبة كأقصى حد
- تقوم كل مجموعة بتحديد واختيار موضوع واحد
- ترسل الأعمال النهائية إلكترونيا من خلال الرابط التالي: <https://forms.gle/6ZnXYnjhmVewMjQf9>
- آخر أجل للاستلام هو: 2021-03-04
- لا تُقبل الأعمال إلا إذا كانت مرسلة عبر الرابط المذكور أعلاه
- لا تُقبل الأعمال المرسلة خارج الأجل = تتحصل المجموعة على علامة 00
- لا تُقبل الأعمال إذا كانت المجموعة فيها أكثر من 4 طلبة = يتحصل الطلبة على علامة 00
- للاستفسار يرجى التواصل عبر البريد الإلكتروني: yzieita@yahoo.fr

3- طريقة العمل:

- أ- اختيار موضوع حملة الاتصال العمومي من قبل كل مجموعة، حيث بإمكانهم الاختيار من بين المواضيع المقترحة التالية (مع امكانية اختيار مواضيع أخرى):
- الصحة: التدخين، مرض السكري، الوقاية من السيدا، الفحص المبكر لسرطان الثدي، التوعية بأهمية التوجه نحو الأكل الصحي، التبرع بالدم، غسل اليدين قبل وبعد الأكل للأطفال
 - السلامة المرورية: استعمال حزام الأمن، السرعة، استعمال الهاتف...
 - البيئة: النظافة، الوقاية من حرائق الغابات، الصيد العشوائي لعصفور "الحسون" (بومزين)...
 - التحسيس باستهلاك المنتجات الجزائرية،
- ب- التعريف بالمشكل/الظاهرة/القضية
- تاريخ المشكل، تطوره،
 - العوامل المسببة لهذا المشكل (الظاهرة)، ومن المسؤول عن ظهوره
 - آثاره (السلبية/الإيجابية) على المجتمع (البيئة)
 - علاقات المشكل بمشاكل (ظواهر) أخرى،
 - كيف يرى الجمهور هذا المشكل ؟

ت- تحديد جماهير الحملة

- تحديد فئات الجماهير التي سيتم استهدافها بهذه الحملة: الجماهير الأولية (التي تمثل أهم متلقي لرسائل الحملة)، الجماهير الثانوية (الجماهير التي تساعد على انجاح الحملة، كاستهداف الاطباء في حملات التحسيس بمخاطر التدخين، واستهداف الشرطة في حملات الوقاية من حوادث المرور).
- تحديد الجماهير المختلفة بناء على خصائص مرتبطة بطبيعة الموضوع: الأطفال، المراهقين، الذكور، الإناث، الأميون، ...، بغية تكييف رسائل الحملة مع طبيعة كل فئة مستهدفة.
- يجب على الطلبة أن يبرروا اختيارهم وتحديدهم لجماهير الحملة.

ث- تحديد الدعائم الاتصالية:

- بناء على خصائص الجمهور يتم تحديد الوسائل الاتصالية، سواء كانت جماهيرية أم شخصية (اتصال مباشر)، مكتوبة أم مسموعة/مرئية، إلكترونية أم تقليدية...
- على الطلبة تحديد كل الوسائل التي يسعون عبرها إلى إيصال رسائل لكل فئة من فئات الجمهور المستهدف مع تبرير اختيار كل قناة أو وسيلة اتصالية.

د. زباينة يونس

