

Course title: Public Relations Management	اسم المقرر: إدارة العلاقات العامة
Course number and code: MARR 2311	رقم المقرر ورمزه: 2311 تمر
Prerequisite: None	المتطلب السابق للمقرر: لا يوجد
Medium of Instruction: Arabic	لغة تدريس المقرر: العربية
Course Level: 3 rd	مستوى المقرر: الثالث
Credit Hours : 3	الساعات المعتمدة: 3

Module Description

وصف المقرر :

<p>This course surveys the function of public relations and its role in contemporary organizations. It will view public relations as a strategic management process that is aimed at helping organizations enhance their effectiveness through strong reputations and mutually beneficial relationships with key stakeholders. Throughout this course, the function of public relations will be contextualized by addressing the link between its generic principles and culture sensitive practices. Students will acquire knowledge about the history of public relations in modern organizations and a variety of theories and paradigms of effective public relations. Students will gain skills in the practical arts of market/audience research and analysis, campaign development, image and text design, media relations, crisis management, and communication ethics.</p>	<p>يستعرض هذا المقرر وظيفة العلاقات العامة ودورها في المنظمات المعاصرة. وسوف ينظر إلى العلاقات العامة باعتبارها عملية إدارة استراتيجية تهدف إلى مساعدة المنظمات على تعزيز فعاليتها من خلال بناء السمعة القوية والعلاقات ذات المنفعة المتبادلة مع أصحاب المصلحة الرئيسيين. وخلال هذا المقرر، سيتم صياغة وظيفة العلاقات العامة من خلال تناول العلاقة بين مبادئها العامة والممارسات الحساسة المتعلقة بالثقافة. في هذا المقرر سكتسب الطلاب المعرفة حول تاريخ العلاقات العامة في المنظمات الحديثة، ومجموعة متنوعة من النظريات والنماذج للعلاقات العامة الفعالة، وكذلك المهارات ذات العلاقة بالفنون العملية في البحث والتحليل على مستوى السوق والجمهور، وكذلك تطوير الحملات، وتصميم الصور والنصوص، وإدارة العلاقات الإعلامية والأزمات، وأخلاقيات الاتصالات.</p>
---	---

Module Aims

أهداف المقرر :

<p>The course prepares students for effective and ethical public communication on behalf of contemporary organizations (profit and non-profit).</p>	<p>يعد هذا المقرر الطلاب للاتصال العام الفعال والأخلاقي لمصالح المنظمات المعاصرة (الربحية وغير ربحية).</p>
---	--



Student Learning Outcomes:

الأهداف التعليمية للمقرر:

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذه المقرر أن يكون قادراً على:

Upon satisfactory completion of this course, the student will be able to

1. Recognize the role of public relations in contemporary organizations and society.	١. إدراك دور العلاقات العامة في المنظمات والمجتمع المعاصر.
2. Understand the diverse aspects of the public relations functions.	٢. فهم الجوانب المتنوعة لوظائف العلاقات العامة.
3. Know professional terminology associated with the field of public relations.	٣. معرفة المصطلحات المهنية المرتبطة بمجال العلاقات العامة.
4. Understand the role of technology and research in public relations management.	٤. فهم دور التكنولوجيا والبحوث في إدارة العلاقات العامة.
5. Critically analyze public relations cases and campaigns.	٥. تحليل نقدي لقضايا العلاقات العامة.
6. Develop market surveys, write news releases, produce public service announcements, and conduct news conferences.	٦. معرفة كيفية تطوير مسوحات السوق، وكتابة النشرات الإخبارية، وإنتاج إعلانات الخدمة العامة، وعقد المؤتمرات الإخبارية.
7. Work in groups effectively and to exercise leadership when needed.	٧. العمل في مجموعات فعالة وممارسة القيادة عند الحاجة.
8. Create awareness about the importance of ethics, professionalism and responsibility in the field of public relations	٨. خلق الوعي بأهمية الأخلاقيات والمهنية والمسؤولية في مجال العلاقات العامة.
9. Demonstrate effective Communication, oral and in writing, using ICT and media.	٩. إظهار التواصل الفعال، الشفهي والكتابي، باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ووسائل الإعلام.

Text book and other requirements; الكتاب المقرر والمراجع المساندة:

سنة النشر	اسم الناشر	اسم المؤلف	اسم الكتاب
2013	الجامعة التطبيقية الخاصة-الأردن	محفوظ جودة	إدارة العلاقات العامة: المفاهيم المعاصرة
2014	Pearson; Upper Saddle River, NJ.	Bobbitt, R., & Sullivan Bobbitt, R., & Sullivan	Developing the public relations campaign

