

نموذج وصف المقرر الدراسي لشبكات التواصل الاجتماعي والتحليل الرقمي

93. أسم المقرر:	
شبكات التواصل الاجتماعي والتحليل الرقمي	
94. رمز المقرر:	
CCF	
95. الفصل / السنة: 2026-2027	
الكورس الاول	
96. تاريخ أعداد هذا الوصف:	
2026/9/2	
97. أشكال الحضور المتاحة:	
حضور	
98. عدد الساعات الدراسية (الكلية) / عدد الوحدات (الكلية) :	
3 ساعات / 3 وحدات	
99. أسم مسؤول المقرر الدراسي	
adnan.abd@uowa.edu.iq الاسم: م.د. عدنان عبد الحسن عواد الإيميل:	
100. أهداف المقرر	
✓ تعريف الطلبة بمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وتاريخها وتطورها وأنواعها. ✓ توضيح تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الأفراد والمجتمع والتفاعل الاجتماعي. ✓ إكساب الطلبة فهماً لأخلاقيات الاستخدام وقضايا الخصوصية والتتبع الإلكتروني. ✓ تعريف الطلبة بمفهوم التحليل الرقمي والبيانات الكبيرة وأنواع بيانات المنصات. ✓ تدريب الطلبة على مبادئ جمع بيانات شبكات التواصل الاجتماعي وتحليلها كمياً ونوعياً. ✓ تعريف الطلبة بأدوات التحليل الرقمي وإدارة المنصات والحملات التسويقية. ✓ تنمية مهارات إعداد المحتوى التفاعلي وقراءة بيانات الجمهور وقياس أداء الحملات.	أهداف المادة الدراسية

101. استراتيجيات التعليم والتعلم					
✓ المحاضرات النظرية المدعومة بالأمثلة التطبيقية. ✓ المناقشات الصفية وتحليل حالات من منصات التواصل الاجتماعي. ✓ أنشطة تطبيقية لتحليل صفحات ومحتوى ومؤشرات تفاعل. ✓ تكليفات وتقارير قصيرة ومشروعات جماعية. ✓ التدريب على استخدام أدوات التحليل الرقمي المتاحة، وفق الإمكانيات والصلاحيات.					الاستراتيجية
102. بنية المقرر					
الاسبوع	الساعات	مخرجات التعلم المطلوبة	اسم الوحدة او الموضوع	طريقة التعلم	طريقة التقييم
1	3	التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي، تاريخ وتطور شبكات التواصل الاجتماعي	شبكات التواصل الاجتماعي	محاضرة ومناقشة صفية	أسئلة شفوية
2	3	مقدمة عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع والأفراد	العملية الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي	محاضرة ومناقشة جماعية	مشاركة صفية
3	3	أنواع الشبكات الاجتماعية: المهنية، والترفيهية، والمتخصصة	وظائف شبكات التواصل الاجتماعي	محاضرة مع أمثلة تطبيقية	اختبار قصير
4	3	دراسة مقارنة بين منصات التواصل الاجتماعي: Facebook ،Twitter ، Instagram ،LinkedIn.	التقارب والتباعد بين الشبكات الاجتماعي	محاضرة ومقارنة تطبيقية بين المنصات	واجب تحليلي
5	3	دور شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل الاجتماعي	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي	محاضرة ومناقشة حالات واقعية	مشاركة صفية
6	3	كيفية إنشاء حضور رقمي قوي على منصات التواصل الاجتماعي	منصات مؤثرة شبكات التواصل الاجتماعي	محاضرة وتدريب عملي	واجب تطبيقي
7	3	أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	الوعي والالتزام الاخلاقي شبكات التواصل الاجتماعي	محاضرة ومناقشة مواقف أخلاقية	أسئلة شفوية
8	3	القضايا الاجتماعية المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي: التنمر الإلكتروني والخصوصية	شبكات التواصل الاجتماعي	محاضرة وتحليل حالات واقعية	تقرير قصير
9	3	التعريف بالتحليل الرقمي وأهميته	تحليل البيانات	محاضرة وأمثلة تطبيقية	اختبار قصير

أسئلة تحريرية	محاضرة وشرح أمثلة واقعية	تحليل متقدم لشبكات التواصل الاجتماعي	تحليل البيانات الكبيرة (Big Data) ومفاهيمها الأساسية	3	10
واجب تطبيقي	محاضرة وتدريب تطبيقي	تحليل نوعي شبكات التواصل الاجتماعي	استراتيجيات جمع البيانات من شبكات التواصل الاجتماعي	3	11
تمرين عملي	محاضرة وتحليل نماذج من المنصات	شبكات التواصل الاجتماعي	أنواع البيانات: النصوص، والصور، والفيديو، والتفاعل الاجتماعي	3	12
تقرير عملي	محاضرة وعرض تطبيقي للأدوات الرقمية	شبكات التواصل الاجتماعي	مقدمة إلى أدوات التحليل Google Analytics وHootsuite الرقمي، مثل وتركيب الحسابات وربطها بمنصات التواصل الاجتماعي	3	13
واجب تحليلي	مراجعة وتدريبات	تحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي	فهم التحليل الكمي والنوعي للبيانات وتحليل الاتجاهات على شبكات التواصل الاجتماعي	3	14
امتحان نهائي	كتب ومصادر	الامتحان	اختبار نهائي	3	15
اختبار قصير	محاضرة ومناقشة صفية	مدخل إلى التسويق الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي	مقدمة في التسويق الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي	3	16
واجب تطبيقي	محاضرة مع أمثلة تطبيقية	بناء العلامة التجارية في البيئة الرقمية	دور التسويق في بناء العلامة التجارية عبر الإنترنت	3	17
تقرير قصير	محاضرة وتحليل نماذج تسويقية	استراتيجيات إدارة الحملات الإعلانية الرقمية	استراتيجيات إدارة الحملات الإعلانية عبر منصات التواصل الاجتماعي	3	18
تحليل حملة إعلانية	محاضرة ومقارنة تطبيقية	أنواع الحملات الإعلانية وطرق تحليلها	تحليل الحملات الإعلانية المدفوعة والمجانية.	3	19
تطبيق عملي	محاضرة وعرض عملي للأدوات	أدوات إدارة الحملات التسويقية الرقمية	أدوات إدارة الحملات الإعلانية، مثل Hootsuite وBuffer.	3	20
تمرين حسابي	محاضرة وتمارين حسابية	قياس العائد على الاستثمار في الحملات التسويقية	تحليل العائد على الاستثمار (ROI) في الحملات التسويقية.	3	21

22	3	7 استخدام التحليل الرقمي لتحسين الأداء التسويقي.	دور التحليل الرقمي في تحسين الأداء التسويقي	محاضرة وتدريب على تحليل البيانات	واجب تحليلي
23	3	دراسة حالة على نجاح حملة تسويقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	تحليل نماذج ناجحة للحملات التسويقية الرقمية	محاضرة ودراسة حالة	تقرير عن دراسة حالة
24	3	كيفية إنشاء محتوى تفاعلي يجذب الجمهور.	إنتاج المحتوى التفاعلي وجذب الجمهور	محاضرة وتدريب عملي	تقييم عملي للمحتوى
25	3	دور المؤثرين (Influencers) في التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	التسويق عبر المؤثرين في المنصات الاجتماعية	محاضرة ومناقشة تجارب المؤثرين	مشاركة صفية
26	3	تحليل بيانات الجمهور من الحملات التسويقية.	تحليل بيانات الجمهور وخصائصه	محاضرة وتطبيقات تحليل الجمهور	تقرير تحليلي
27	3	دراسة مقارنة بين أساليب التسويق التقليدية والرقمية.	المقارنة بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي	محاضرة ومقارنة بين الأساليب التسويقية	واجب مقارنة
28	3	أدوات التحليل الرقمي وتطبيقاتها، وإعداد الحسابات واستخدام الأدوات لجمع البيانات.	تطبيقات أدوات التحليل الرقمي وجمع البيانات	محاضرة وتدريب عملي على جمع البيانات	تقرير عملي
29	3	مقدمة إلى أدوات التحليل الرقمي المتقدمة، مثل Sprout Social و Talk walker.	أدوات التحليل الرقمي المتقدمة وتطبيقاتها	محاضرة وعرض تطبيقي للأدوات المتقدمة	اختبار قصير
30	3	اختبار نهائي	الامتحان	كتب ومصادر	امتحان نهائي

103. تقييم المقرر

توزيع الدرجة من 100 على وفق المهام المكلف بها الطالب مثل التحضير اليومي والامتحانات اليومية والشفوية والشهرية والتحريرية والتقارير..... الخ

مم. التحضير والمشاركة الصفية: 10 درجات
 نن. الاختبار الشهري: 30 درجة
 سس. الامتحان النهائي: 60 درجة
عع. المجموع = 100 درجة

104. مصادر التعلم والتدريس

الاعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، عباس مصطفى صادق 2019.

الكتب المقررة المطلوبة

الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، الدكتور عبد الامير الفصيل	
سلطة الاتصال، مانويل كاستلر. الانثربولوجيا الرقمية، هيدزأ. هو رست.	المراجع الرئيسية
عصر الذكاء الاصطناعي، هنري كيسنجر 2023.	الكتب والمراجع الساندة التي يوصى بها
المجلات والبحوث العلمية الخاصة بالاعلام الرقمي.	المراجع الالكترونية، مواقع الانترنت