

## MC (Integrated Marketing Communication) - School of Communication

ماجستير في (الاتصالات التسويقية المتكاملة) - كلية الاتصالات

### نظرة عامة

يتم تقديم هذا البرنامج في SAINS @ KL.

رقمي أولاً ، مستند إلى البيانات ، يركز على المستقبل

الاتصال التسويقي المتكامل هو نهج معاصر في الاتصالات التسويقية يسلط الضوء على العملية الاستراتيجية المستخدمة لتخطيط وتنفيذ وتقييم برامج اتصالات العلامة التجارية القابلة للقياس من خلال التكامل الاستراتيجي لوسائل الإعلام المختلفة مثل الإعلان والتسويق عبر الإنترنت والعلاقات العامة والتسويق المباشر وترويج المبيعات.

تمشيا مع شعار ("Kami Memimpin" USM نحن نقود") تم تقديم البرنامج لأول مرة في فبراير 2012 في معهد الدراسات العليا USM @ KL ، Wisma Sejarah ، جالان تون رزاق ، كوالالمبور. استجابة للتقدم التكنولوجي المتنوع المدفوع إلى حد كبير بالثورة الصناعية الرابعة ، أجرى البرنامج مراجعة شاملة للمناهج الدراسية منذ أوائل عام 2020 ، قبل إعادة تقديمه في أوائل عام 2021.

يعكس المنهج الجديد منهجًا رقميًا أولاً ، يعتمد على البيانات ، وجاهز في العالم الواقعي ويركز على المستقبل ، وهو مصمم خصيصًا لإنتاج محترفين يمكنهم التنقل بفعالية بين التحديات التحليلية والإبداعية لـ IMC من خلال التكامل الاستراتيجي لوسائل الإعلام المختلفة في مواجهة مختلف مطالب وتحديات الثورة الصناعية الرابعة. عند الانتهاء من الدورة ، يمكن للخريجين متابعة وظائف كمتخصصين في وسائل الإعلام وكبار المسؤولين التنفيذيين للتسويق ومديري المبيعات والترويج ومستشاري العلاقات العامة وخبراء الاتصالات الرقمية وكبار المخططين الإعلاميين.

مع أكثر من 90٪ من طلابه من البالغين العاملين ، نجح البرنامج في جذب العديد من التطبيقات من المتخصصين في وسائل الإعلام في مجال الإعلان والبيث والوسائط المطبوعة والرقمية واتصالات الشركات والمبيعات والتسويق من مختلف البلدان مثل المملكة العربية السعودية وجزر المالديف والصين وكندا ونيجيريا وبنغلاديش وليبيا وإندونيسيا.

معلومات التواصل:

للحصول على معلومات مفصلة حول البرنامج ، يرجى الاتصال الأستاذ المساعد الدكتورة حسرينا مصطفى ، منسق برنامج IMC على 0326810091 ، 0193228232 ، hasrina@usm.my.

## هيكل البرنامج:

يتطلب البرنامج من الطلاب إكمال 42 وحدة من الدورات الدراسية من الدورات التالية:

### المواد الأساسية:

- 4 / 4 YSP501 وحدات - أساسيات IMC
- 4 / 4 YSP502 وحدات - علم نفس المستهلك
- 4 / 4 YSP504 وحدات - طرق البحث في IMC
- 4 / 4 YSP515 وحدات - العلامات التجارية الاستراتيجية والتسويق
- 4 / 4 YSP508 وحدات - فكرة المحتوى
- 4 / 4 YSP511 وحدات - إدارة نقاط اللمس الخاصة بالعلامة التجارية
- 6 / 4 YSP512 وحدات - المشروع الاحترافي IMC Capstone

الاختيارية (اختر 3 مواد فقط).

- 4 / 4 YSP507 وحدات - علاقات عامة إستراتيجية
- 4 / 4 YSP513 وحدات - الإستراتيجيات الرقمية في IMC
- 4 / 4 YSP514 وحدات - التقدم في الإعلان
- 4 / 4 YSP516 وحدات - التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

### ملخص الدورة

#### -YSP501 أساسيات الاتصالات التسويقية المتكاملة

يقدم هذا المساق بشكل عام مفاهيم ومبادئ وممارسات الاتصال التسويقي المتكامل في بناء العلامات التجارية. يبدأ بنظرة عامة على صناعة الاتصالات التسويقية الحالية في ماليزيا ، قبل التوسع في النموذج والنظريات والعملية المتضمنة في الاتصالات التسويقية المتكاملة. بعد ذلك ، تناقش الدورة الاستخدامات الاستراتيجية وتكامل مختلف نقاط الاتصال التسويقية المتكاملة مثل الإعلان والعلاقات العامة والتسويق المباشر وترويج المبيعات والوسائط الرقمية وغيرها في إطار MC المناسب لمختلف المواقف التسويقية في العالم المتغير والمربك. تتناول الدورة أيضاً أفضل ممارسات الحملة / التنظيم المستمدة من مختلف حالات IMC المحلية والدولية.

#### - YSP502 علم نفس المستهلك

يركز المساق على تطوير المعرفة المتقدمة عن المستهلكين ، ورسم المفاهيم والنظريات والنماذج من مجالات علم النفس وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا. يتم التركيز على فهم ديناميات الاستهلاك والعوامل الداخلية (مثل الذاكرة والعواطف والموقف) والعوامل الخارجية (مثل المجتمع والاقتصاد والثقافة) التي تؤثر على طريقة تفكير المستهلكين وشعورهم وفعلهم. سوف يتعلم الطلاب تقييم النهج من الخارج إلى الداخل الذي يؤكد استراتيجيات IMC.

#### - YSP504 طرق البحث في الاتصالات التسويقية المتكاملة

يقدم هذا المساق ويناقش مفهوم وتصميم أبحاث السوق في الاتصالات التسويقية المتكاملة. يبدأ بمناقشة حول تصميم وعملية أبحاث السوق ، تليها طريقة البحث النوعي والكمي. ستنظر الدورة على وجه التحديد في التقنيات المختلفة لأبحاث السوق وفقاً لاحتياجات المنظمة مثل أبحاث قطاع السوق ، وأبحاث تحديد موقع العلامة التجارية ، وأبحاث السوق الجديدة ، وأبحاث فعالية الإعلان وغيرها.

#### - YSP515 العلامات التجارية الاستراتيجية والتسويق

سيتعرض الطلاب لجوانب مختلفة من العلامات التجارية والتسويق ، بالإضافة إلى مفاهيم مهمة مثل قيمة العلامة التجارية وهوية العلامة التجارية وتحليل التسويق والتجزئة. سيتعلم الطلاب أيضاً استراتيجيات تسويق وعلامات تجارية مختلفة بالإضافة إلى وظائفهم في الاتصالات التسويقية المتكاملة. (IMC) يُطلب من الطلاب تطوير علامة تجارية استراتيجية وخطة تسويق بناءً على المعرفة التي اكتسبوها.

#### - YSP508 فكرة المحتوى

في هذه الدورة ، سيتعلم الطلاب أولاً المبادئ والاستراتيجيات الأساسية في تطوير المحتوى الإبداعي للاتصالات التسويقية المتكاملة. سيتم رعاية الطلاب لوضع تصور للرسائل الإبداعية وذات القيمة المضافة لجذب العملاء والاحتفاظ بهم ، وكذلك في تحقيق هدف التسويق. سيبدأ الطلاب بعد ذلك في الفكرة الكبيرة لصياغة محتوى لوسائل الإعلام عبر القنوات المصممة خصيصاً لجمهور مستهدف محدد للمشاركة في المحادثات وتعزيز سلوك الشراء. سيقوم الطلاب بعد ذلك بتحليل الأساليب الإبداعية المختلفة في التواصل مع الجمهور المستهدف.

#### - YSP511 إدارة نقاط اللمس الخاصة بالعلامة التجارية

توضح الدورة عملية إدارة نقاط الاتصال الخاصة بالعلامة التجارية والتخطيط الإعلامي في حملة اتصالات تسويقية متكاملة. تماشياً مع تطورات تكنولوجيا الوسائط الجديدة ، يتعرض الطلاب لديناميكيات الوسائط الجديدة وأدوارهم في التخطيط الاستراتيجي لنقاط الاتصال من أجل حملات تسويقية فعالة. يتم التركيز على تطوير خطط إعلامية شاملة لحملة IMC بناءً على نماذج ومفاهيم ومبادئ التخطيط الإعلامي. سيتم استخدام دراسات الحالة كأداة للنقاش في الدورة.

#### - YSP512 مشروع احترافي للاتصالات التسويقية المتكاملة

توفر هذه الدورة التدريبية الفرصة للجمع بين جميع برامج التعلم للدورة التدريبية لتطوير برنامج اتصالات تسويقي متكامل لعميل في العالم الحقيقي. تساعد هذه الدورة الطلاب على فهم المستهلكين ، والكشف عن رؤى بناء العلامة التجارية ، وتحديد فكرة متكاملة ، وعقد جلسة عمل إستراتيجية مع العميل ، وتطوير إستراتيجية رسائل رابحة تتضمن محتوى إبداعي ، ومنصات تفاعل المستهلك والقياس. يُطلب من الطلاب أيضًا تقديم وإقناع العملاء بالفوز بمحفظة العلامات التجارية. في نهاية الدورة ، سيشرح الطالب في خطة إستراتيجية IMC كاملة و عرض للتنفيذ.

#### - YSP507 العلاقات العامة الاستراتيجية

تم تصميم هذه الدورة لتقديم العلاقات العامة الاستراتيجية كممارسة مهنية وفهم للجوانب المختلفة للعلاقات العامة كحقل فرعي يساهم في الاتصال التسويقي المتكامل. ستتضمن العلاقات العامة الاستراتيجية عملية البحث والتخطيط والتواصل لتحقيق الأهداف التنظيمية. سيقوم الطلاب أيضًا بتطوير مهاراتهم الكتابية وإنتاج مجموعة متنوعة من محتوى الوسائط لربط العلاقات العامة بوسائل الإعلام الحديثة.

#### - YSP513 الاستراتيجيات الرقمية في الاتصالات التسويقية المتكاملة

تبدأ الدورة بمقدمة لمشهد التسويق الرقمي الحالي قبل التوسع في الجوانب الرئيسية وإطار العمل للاستراتيجية الرقمية في الاتصالات التسويقية المتكاملة (IMC) سيتعرض الطلاب بعد ذلك عمليًا لمختلف أدوات التسويق الرقمي التي يمكن استخدامها لتحقيق أهداف حملة IMC الشاملة. في نهاية الدورة ، سيتعلم الطلاب طرق تقييم أداء حملات التسويق الرقمي وتحليلها.

#### - YSP514 التقدم في الإعلان

يضمن نهج الندوة في هذه الدورة التدريبية قدرة الطلاب على مناقشة وتحليل القضايا المتعلقة بالإعلان. لكل محاضرة ، سيقوم الطلاب بتحليل ومناقشة قضايا مختارة تتعلق بمختلف وجهات النظر والاتجاهات الحالية وممارسات صناعة الإعلان. من خلال هذا التحليل والمناقشة ، سيطلب من الطلاب مراجعة وتقديم اقتراحات لتطوير استراتيجية اتصال تتضمن منظورات إعلانية. سيقدم الطلاب أيضًا تقريرًا مفصلاً عن القضايا المحددة. في نهاية الدورة ، سيكتسب الطلاب نظرة ثاقبة لديناميكيات صناعة الإعلان الماليزية والعالم.

#### - YSP516 التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي

بشكل عام ، تهدف الدورة إلى تعزيز المعرفة وتطوير المهارات المتقدمة والعملية في التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. تبدأ الدورة بالتوسع في الجوانب المختلفة للتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، مثل مشهد وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات والمنصات قبل مناقشة النظريات والنماذج ذات الصلة والإطار الاستراتيجي للتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. بعد ذلك ، تتناول الدورة بشكل صريح الاستخدامات العملية لمختلف أدوات الوسائط الاجتماعية مثل Facebook و Instagram و YouTube وما إلى ذلك في سياق التواصل التسويقي المتكامل نحو تحقيق

الربحية على المدى الطويل واستدامة الأعمال. في نهاية الدورة ، سيتعرف الطلاب على الموضوعات ذات الصلة بالمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي والتحليلات وكذلك قوانين وأخلاقيات وسائل التواصل الاجتماعي.

المسار الأكاديمي:

برنامج ماجستير الاتصالات (الاتصالات التسويقية المتكاملة) هو برنامج مرن مصمم ليناسب احتياجات البالغين العاملين في الصناعة. بشكل أساسي ، يسمح البرنامج للطلاب بالتخطيط لدراساتهم بناءً على المسار التالي:

المسار أ: المسار الأكاديمي المقترح للطلاب المتفرغ كاملاً (سنة واحدة).

فصل فبراير	فصل سبتمبر
- 4 / 501 YSP أساسيات IMC	- 4 / 502 YSP علم نفس المستهلك
- 4 / 515 YSP العلامات التجارية الاستراتيجية والتسويق	- 4 / 504 YSP طرق البحث في IMC
- 4 / 508 YSP فكرة المحتوى	- 4 / 511 YSP إدارة نقاط اللمس الخاصة بالعلامة التجارية
- 4 / 509 YSP العلاقات العامة الاستراتيجية (هـ)	- 4 / 513 YSP الاستراتيجيات الرقمية في IMC (E)
- 4 / 514 YSP التقدم في الإعلان (هـ)	- 4 / 516 YSP التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي (E)
- 6 / 512 YSP المشروع الاحترافي IMC Capstone	

اختر فقط 3 مواد اختيارية

المسار ب: المسار الأكاديمي المقترح للطلاب المتفرغ كاملاً (سنة واحدة ونصف).

فصل سبتمبر	فصل فبراير	فصل سبتمبر
- 4 / 516 YSP التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي (E)	- 4 / 501 YSP أساسيات IMC	- 4 / 502 YSP علم نفس المستهلك
- 6 / 512 YSP المشروع الاحترافي IMC Capstone	- 4 / 515 YSP العلامات التجارية الاستراتيجية والتسويق	- 4 / 504 YSP طرق البحث في IMC
	- 4 / 508 YSP فكرة المحتوى	- 4 / 511 YSP إدارة نقاط اللمس الخاصة بالعلامة التجارية
	- 4 / 509 YSP العلاقات العامة الاستراتيجية (هـ)	- 4 / 513 YSP الاستراتيجيات الرقمية في IMC (E)
	- 4 / 514 YSP التقدم في الإعلان (هـ)	

اختر فقط 3 مواد اختيارية

المسار ج: المسار الأكاديمي المقترح للطلاب كتفرغ جزئي (سنتان)

فصل فبراير	فصل سبتمبر
- 4 / YSP501 أساسيات IMC - 4 / YSP515 العلامات التجارية الاستراتيجية والتسويق - 4 / YSP508 فكرة المحتوى	- 4 / YSP502 علم نفس المستهلك - 4 / YSP511 إدارة نقاط اللمس الخاصة بالعلامة التجارية
فصل فبراير	فصل سبتمبر
- 4 / YSP509 العلاقات العامة الاستراتيجية (E) - 4 / YSP514 التقدم في الإعلان (E) - 6 / YSP512 المشروع الاحترافي IMC Capstone	- 4 / YSP504 طرق البحث في IMC - 4 / YSP513 الاستراتيجيات الرقمية في IMC (E) - 4 / YSP516 التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي (E)

اختر فقط 3 مواد اختيارية

المتطلبات الأكاديمية/متطلبات القبول

يجب أن يكون المتقدم حاصل على ما يلي:

أ) درجة البكالوريوس

1. معدل تراكمي لا يقل عن 2.75 / 4.00 ؛ أو

2. معدل تراكمي بين 2.50 - 2.74 بالإضافة إلى الشروط الإضافية التالية: أو

أ) خبرة بحثية لمدة سنة على الأقل ؛ أو

ب) خبرة العمل في مجال ذي صلة لمدة سنة واحدة على الأقل. أو

ج) منشور أكاديمي واحد على الأقل (1) في المجال ذي الصلة ؛ أو

د) الدرجة B في المواد الرئيسية / الاختيارية ؛ أو

هـ) الدرجة B+ في مشروع السنة النهائية.

3. معدل تراكمي بين 2.00 - 2.49 (بكالوريوس مع مرتبة الشرف) مع الشروط الإضافية التالية: أو
- (أ) خبرة بحثية لا تقل عن خمس (5) سنوات ؛ أو
- (ب) خبرة عمل في مجال ذي صلة لمدة لا تقل عن خمس (5) سنوات ؛ و
- (ج) منشور أكاديمي واحد على الأقل في المجال ذي الصلة ؛ أو
- (د) الدرجة B في المواد الرئيسية / الاختيارية ؛ أو
- (هـ) الدرجة B+ لمشروع السنة النهائية.

#### متطلبات اللغة

(ينطبق على المتقدمين الدوليين فقط) الحصول على مايلي:

- درجة لا تقل عن 35 في اختبار (TOEFL) عبر الإنترنت (اختبار اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية) ؛ أو
- كحد أدنى درجة 5 في (IELTS) (نظام اختبار اللغة الإنجليزية الدولي) ؛ أو
- درجة لا تقل عن 154 في (CAE) Cambridge English Advance ؛ أو
- درجة لا تقل عن 154 في (CPE) Cambridge Proficiency Advance أو
- درجة لا تقل عن 36 في (PTE) اختبار بيرسون للغة الإنجليزية ؛ أو
- ما لا يقل عن درجة 2 في (MUET) (اختبار اللغة الإنجليزية للجامعة الماليزية).

يمكن منح الإعفاء إذا:

- كانت اللغة الإنجليزية هي اللغة الأم أو اللغة الوطنية للمتقدم ؛ أو
- إذا كان المتقدم تخرج من مؤسسة تعليم عالي حيث لغة التدريس هي اللغة الإنجليزية

#### المدة الدراسية

- تفرغ كامل: 18 شهرًا كحد أدنى / 36 شهرًا كحد أقصى
- تفرغ جزئي: 36 شهرًا كحد أدنى / 60 شهرًا كحد أقصى.

## الرسوم الدراسية

المتقدمون الدوليون (دولار أمريكي)	المتقدمون الماليزيون (رينجيت ماليزي)
<ul style="list-style-type: none"><li>رسوم التسجيل 227.50</li><li>الضمان الشخصي : 1000.00</li><li>الرسوم الدراسية (للفصل الدراسي): 160.00 X 42 Units = 6,720.00</li><li>رسوم حفل التخرج: 50.00</li></ul> <p>اعتبارا من الفصل الثاني الجلسة الأكاديمية 2020/2021</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>رسوم التسجيل 340.00</li><li>الرسوم الدراسية (للفصل الدراسي): 360.00 X 42 Units = 15,120.00</li><li>رسوم حفل التخرج: 200.00</li></ul> <p>اعتبارا من الفصل الثاني الجلسة الأكاديمية 2020/2021</p>

\*\*أسعار الرسوم قابلة للتغيير.