

القسم العلمي	الاتصال والإعلام			
المرحلة الدراسية	دراسات عليا			
اسم البرنامج	ماجستير الاتصال الاستراتيجي			
رؤية البرنامج	أن يكون برنامج الاتصال الاستراتيجي رائد على مستوى الجامعات السعودية والجامعات الخليجية والعربية.			
رسالة البرنامج	تحقيق التميز على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي في تخصص (الاتصال الاستراتيجي) باعتماد أسس معايير التميز المعتمدة.			
أهداف البرنامج	1- دعم برامج الإصلاح والتحول في الرؤية الوطنية للمملكة العربية السعودية 2030م، وفي مقدمتها برامج التنمية المستدامة من خلال توفير احتياجاتها من الكوادر البشرية المدربة والمتخصصة في مجالات الاتصال الاستراتيجي.			
	2- تشجيع الكفاءات العلمية من الطلبة المتميزين من حملة البكالوريوس على مواصلة دراساتهم العليا محلياً، ودفعهم إلى الإبداع والابتكار وتطوير البحث العلمي.			
	3- إعداد أجيال من الباحثين في مجالات الاتصال الاستراتيجي قادرة على فهم واستيعاب التراث المعرفي المتراكم في علوم الاتصال الاستراتيجي من خلال التأهيل العلمي والمهني والتقني المتطور بما يساهم في تطوير أداء المؤسسات الإنتاجية والخدمية في المجتمع.			
	4- تبني مشروعات بحثية متخصصة في مجالات الاتصال الاستراتيجي المختلفة تكون موجهة لخدمة قضايا المجتمع السعودي ومتسقة مع هوية جامعة الملك فيصل.			
	5- تزويد مؤسسات المجتمع والجهات المهتمة بقطاعات الاتصال الاستراتيجي بنتائج الدراسات والبحوث التي يعدها القسم حول دور الاتصال الاستراتيجي في تنمية المجتمع، وخدمة قضاياها في مختلف المجالات.			
	6- فتح آفاق للتعاون العلمي المشترك بين القسم والأقسام والمعاهد والكليات والمعاهد المناظرة على المستوى الوطني والإقليمي والعالمي.			
المحور الأول: العلاقات العامة والاستدامة				
الإطار العام للمحور	التقاطعات			
	3	2	1	
العلاقات العامة والأمن الغذائي.	*	*	*	
العلاقات العامة وجودة الحياة.	*	*	*	
العلاقات العامة والاستدامة البيئية	*	*	*	
العلاقات العامة والاستهلاك	*	*	*	
العلاقات العامة والصحة	*	*	*	
العلاقات العامة والوعي التقني	*	*	*	
العلاقات العامة والاستدامة السياحية	*	*	*	
الأنشطة الاتصالية لاستدامة المؤسسات السعودية	*	*	*	
المحور الثالث: العلاقات العامة الرقمية				
الإطار العام للمحور	التقاطعات			
	3	2	1	
تطبيقات الذكاء الاصطناعي / روبوتات المحادثة/ الواقع الافتراضي/ الواقع المعزز	*	*	*	
العلاقات العامة الرقمية والبيانات الضخمة	*	*	*	
المنصات الرقمية في المؤسسات الحكومية وإدارة العلاقات مع الجمهور	*	*	*	
إدارة السمعة وإدارة الثقة وإدارة الهوية وإدارة الصورة وإدارة المخاطر والصراعات في البيئة الرقمية	*	*	*	
تحليل خطابات المستخدمين والممارسين في البيئة الإلكترونية	*	*	*	
القضايا المطروحة عبر الهاشتاج	*	*	*	
التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية	*	*	*	
الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية لإدارة علاقات المنظمات السعودية	*	*	*	
المحور الرابع: الإعلان				
الإطار العام للمحور	التقاطعات			
	3	2	1	
الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان باشكاله المختلفة وتأثيرها على المستهلكين .	*	*	*	
العناصر الإبداعية للإعلان واتجاهات الجمهور نحو العلامة التجارية	*	*	*	
أثر تصميم الإعلان وشكله على المستهلك	*	*	*	
واقع ومستقبل الإعلان عبر الوسائل التقليدية في ظل الإعلان الرقمي	*	*	*	
فعالية الأساليب والاستراتيجيات التسويقية والإعلانية الحديثة عبر الإنترنت.	*	*	*	
بناء العلامة التجارية للمسلع	*	*	*	
الحملات الاعلانية والسلوك الاستهلاكي	*	*	*	
الإعلان وفئات المجتمع(الطفل- المراهق- الشباب-الجمهور العام)	*	*	*	