****

**قسم: الإعلام**

**كلية: الآداب**

**جامعة: صلاح الدين**

**المادة: إدارة المؤسسات الإعلامية**

**كراسة المادة – كورس بووك(المرحلة الرابعة، إختياري)**

**اسم التدريسي: أ.م.د. رضوان خضر علي**

**السنة الدراسية: 2019-2020**

**كراسة المادة**

**Course Book**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **إدارة المؤسسات الإعلامية** | | **1. اسم المادة** |
| **أ.م.د. رضوان خضر علي** | | **2. التدريسي المسؤول** |
| **كلية الآداب- قسم الإعلام** | | **3. القسم/ الكلية** |
| **الإيميل:radwanbadini@gmail.com**  **رقم الهاتف (اختياري):07504521167** | | **4. معلومات الاتصال:** |
| **2**  **2 أسبوعياً**  **صباحي** | | **5. الوحدات الدراسیە (بالساعة) خلال الاسبوع** |
| **أيام الأربعاء وأيام الأحد إذا إقتضت الحاجة للمراجعات** | | **6. عدد ساعات العمل** |
|  | | **7. رمز المادة (course code)** |
| **الإختصاص ومجال البحث**  - كاتب صحفي وباحث في مجال الإعلام. مدرس للمقررات الدراسية في كليات الصحافة: تاريخ الصحافة العالمية؛ علم إجتماع الاتصال و فنون العمل التلفزيوني  - خبير إعلامي يعني بالمسائل السياسية و الثقافية والعلاقات الدولية بين أوروبا الشرقية والغربية من جهة، وبين هذه المجموعة والدول العربية من جهة أخرى؛  - منسق ومنفذ للمشاريع المتعددة الأطراف؛  **الدرايات الإنتاجية**  - ممارسة مختلف فنون الكتابة الصحفية ( المقال، الريبورتاج، المقابلة...الخ) في الإعلام المقروء والمسموع والمرئي. إدارة المؤسسة الإعلامية (فرع او مركز) و تنظيم وتسيير العلاقات العامة؛  - إعداد وتقديم برامج تلفزيونية في المواضيع السياسية والاقتصادية والثقافية العامة على قاعدة معرفية واسعة، نظرية وعملية بتاريخ وجغرافية مناطق تشمل أوروبا الشرقية والغربية و الشرق الأوسط؛  - تكوين وإعداد خطط متكاملة عن المشاريع الإعلامية والدعائية ورسم معالمها وآفاقها لتتلائم مع محيط الانتشار و مع الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية السائدة فيها. التحقق من الإنسجام  والتوازن الإستراتيجي والتكتيكي ضمن رؤية إقليمية شاملة؛  - إجراء دراسات ميدانية ومقارنات من كل الجوانب في المحيط المعني وتحديد المميزات الفريدة لوضع خطة إعلانية **هادفة لتسويق الخدمات والإنتاج والدعاية السياسية**؛ | | **8. البروفايل الاكاديمي للتدريسي** |
| **لا يختلف اثنان لما لأهمية الإدارة في نجاح أي منظمة سواء كانت شركة أو مؤسسة أو مدرسة اومستشفى أو مزرعة. ولكن اختلاف طبيعة نشاط هذه المنظمات قد ينعكس على شكل الإدارة لا جوهرها ومن ثم فأي نشاط يحتاج إلى إدارة ناجحة تتواءم مع طبيعة هذا النشاط**  **أولاً: تعريف المؤسسة الإعلامية والطرق المختلفة للإدارة**  **وتتفرع المؤسسات الإعلامية لتشمل  1- مؤسسات صحفية (ورقية أو إلكترونية) 2-إذاعية  3-تلفزيونية تقليدية (أرضية- هرتزلين) 4-فضائيات  5- وكالات انباء  6- دور نشر  7- شركات إعلانات**  **ثانياً: المحاور الرئيسية للعملية التدريسية تتركز على:**  **مهما اختلفت إشكال المؤسسات أو المنظمات فإنها تتفق باشتراكها في عناصر أساسية وهي:   1-أهداف المؤسسة  2- كادرا لمؤسسة من موظفين وعمال  3- التمويل  4- المقرومشتملاتة من آلات ومعدات  5- نشاط المؤسسة  6- الاتصال والعلاقات العامة 7- الإدارة وتفرعاتها** | | **9. المفردات الرئيسية للمادة Keywords** |
| **10. أهداف المادة والمهارات التي ينبغي أن يكتسبها الطالب من خلال دراسة هذه المادة:**  والمقصود بأهداف المؤسسة تلك النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهد إفرادها وإمكانياتها المتاحة وعلى سبيل المثال فان محطة إذاعية في بلد نام تسيطر عليها الحكومة وتوجهها وتهدف في العادة إلى ربط الإذاعة بالتنمية الشاملة للمجتمع يمكن إن يكون لها جملة من الأهداف التالية  1-لتحفيزالجمهورلتحريك البلد سياسيا تجاه وحدة وطنية أو لتثير الجمهور ضد عدو خارجي أو لتحفز جماعة من اجل نشاط تنموي ذاتي  2- لترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة وتعلن عن إحداث هامة تهم الجمهور. 3- لتعليم الجمهور حيث يمكن إن تقدم برامج تعليمية غير رسمية فيما يتعلق بحقول مهارات المعرفة أو حقول مهارات العمل. 4- لتغيير السلوك وخاصة بالنسبة للاماكن السكنية والريفية المعزولة . 5- الترفية والتسلية . كانت تلك خمسة أهداف يمكن إن تطالب بتا الاذاعة كمؤسسة اعلامية تحقيقا لصالح المجتمع . وهذة الاهداف في حقيقة الامر يمكن تقسيمها الى قسمين (اهداف استراتيجية)و(اهداف تكتيكية)  **اهداف استراتيجية طويلة الاجل**  وهي اهداف لايمكن تحقيقها بشكل فوري وعلى سبيل المثال فان هدف تغيير السلوك او هدف التعليم لا يمكن ان يتما من خلال اذاعة برنامج او اثنين في الاذاعة او التليفزيون او نشر حلقة او اثنتين في صحيفة ..فهو هدف استراتيجي لانة من اهداف الاعلام طويلة الاجل والتي تتحقق مع تراكمات الرسائل الاعلامية وتكرارها . **اهداف تكتيكية او قصيرة الاجل**  ولتحقيق الاهداف الاستراتيجية يتم في العادة التخطيط لتحقيق تلك الاهداف عبر اهداف قصيرة الاجل والتي بتواليها واستمراريتها يمكن ان تحقق الهدف الاسترلتيجي . وفي مجال الاذاعة مثلا يمكن ان تحقق بعض البرامج الغنائية والمنوعات اهدافا انية قصيرة الاجل وهو هدف الترفية . وقد تحقق برامج مثل نشرات الاخبار اهدافا اعلامية انية الا ان تحقيق اهداف استراتيجية مثل تغيير السلوك او التعليم احوج ما تكون الى برمجة لخطط قصيرة تتكامل محصلتها النهائية في تحقيق الهدف الاستراتيجي الذي تهدف الية تلك المؤسسات الاعلامية | | |
| **11. التزامات الطالب:**  يتطلب هذا المقرر الدراسي أن يعي الطالب أهمية المادة ويبدي بعض الحوافز للإلمام بمبادئها ووظائفها وإستخداماتها. وينبغي أن يشارك الطالب بشكلٍ فعال في النقاشات أثناء وبعد كل درس. لأننا سنمنح للطالب الفرصة لكي يحضير سيمينارات ودراسات يتم فيها تداول المادة من كل جوانبها. | | |
| **12. طرق التدريس**  أن أهم الوسائل التدريسية المتوفرة حالياً هي الداتاشو والباوربوينت وسنلجئ من حين لآخر لإختيار بعض الأفلام الوثائقية عن تطور الصحافة في مختلف الدول المتقدمة، أو يتم عرض بعض المقاطع من الأفلام الفنية التاريخية الهامة ليحصل الطالب على فكرة واسعة وكاملة على أشكال تطور ثقافة إدارة المؤسسات الإعلامية لدى دول وشعوب مختلفة . بالإضافة لإستخدام الوسائل التلقليدية الأخرى: إستخدام السبورة وكتابة وشرح بعض المفردات والظواهر بطريقة الإلقاء التقليدية. طلب كتابة مقالات ومواد لها علاقة بالمادة من مختلف المصادر | | |
| **13. نظام التقييم**  يتم إستخدام عدة طرق :   1. المناقشة و طرح أسئلة مباشرة أثناء المحاضرة لجذب إنتباه الطلبة بشكل أدق لبعض المسائل الهامة وزيادة إستيعابهم للمادة؛ 2. إمتحانات أسبوعية وشهرية للتأكد من حسن فهم المادة 3. فسح المجال للطالب بإظهار معارفه عن الموضوع شفهياً 4. إمتحانات فصلية 5. إمتحان نهاية العام الدراسي | | |
| **14. قائمة المراجع والكتب**   1. د. رضوان باديني: تاريخ وسوسيولوجيا الصحافة العالمية، اربيل، 2010 2. عبدالعزيز شرف (2000م). المدخل إلى وسائل الإعلام، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب. 3. د. إبراهيم عبدالله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، 1995 4. **الإئتلاف الوطني لحرية الإعلام،** هيكلة الإعلام في المراحل الانتقالية|خبرات عربية ودولية 2014- مؤتمر الصحافة العربية: الحاضر والمستقبل في ظل الربيع العربي. 5. المجلات العلمية ومصادر الانترنيت | | |
| **اسم المحاضر** | **15. المواضيع** | |
| أ.م.د. رضوان خضر علي | اذا كان وراء كل انجاز حضاري جهود علماء كرسوا حياتهم من اجل المخترعات فان وراء هذه المخترعات وتسهيل مهمة العلماء تكمن دوما الادارة الناجحة التي تستطيع توظيف الكفاءات العلمية مع الامكانات المتاحة بأفضل السبل وبأقل التكاليف الممكنة من اجل خير المجتمع وضبط حسن سير العمل وكفاءة الأداء .  ولا يختلف اثنان لما لأهمية الإدارة في نجاح أي منظمة سواء كانت شركة أو مؤسسة أو مدرسة اومستشفى أو مزرعة .ولكن اختلاف طبيعة نشاط هذه المنظمات قد ينعكس على شكل الإدارة لا جوهرها ومن ثم فأي نشاط يحتاج إلى إدارة ناجحة تتواءم مع طبيعة هذا النشاط .  يتم توزيع العناوين الرئيسية ومحاور المادة على 16 أسبوعاً، ويتم تناول كل عنوان أسبوعياً، والجدول التالي يظهر شكل تقسيم المواضيع بالشكل الزمني:   |  |  | | --- | --- | | **المفردة وتطبيقاتها** | **الأسبوع حسب التدرج الزمني** | | تعريف المؤسسات الإعلامية | الأسبوع الول | | بدايات ظهور التخصص في الإعلام | الأسبوع الثاني | | تفرع المؤسسات الإعلامية | الأسبوع الثالث | | طبيعة المهنة الإعلامية وطرق إداراتها | الأسبوع الرابع | | مشتركات للمؤسسات الإعلامية | الأسبوع الخامس | | الأهداف الرئيسية للمؤسسات الإعلامية | الأسبوع السادس | | اهداف استراتيجية، واهداف تكتيكية | الأسبوع السابغ | | كادر المؤسسة من موظفين وعمال | الأسبوع الثامن | | راس المال (والتمويل) | الأسبوع التاسع | | نشاط المؤسسة | الأسبوع العاشر | | الإتصال الداخلي والخارجي | الأسبوع 11 | | الإدارة وفن القيادة والتخطيط والرقابة | الأسبوع 12 | | الإدارة السياسية والإتصادية والقانونية والإجتماعية | الأسبوع 13 | | مؤثرات على ادارة المؤسسات الاعلامية | الأسبوع 14 | | وظائف الادارة في المؤسسات الاعلامية | الأسبوع15 | | أهم صفات افدارة الإعلامية الناجحة | الأسبوع 16 | | |
|  | 16. المواضيع التطبيقية (إن وجدت) | |
| للنقاش والمناظرة الداخلية بين الطلاب | الإدارة الصحفية في كوردستان وبعض الدول العربية معنى ومؤدى(الصحيفة الأولى قتلت صاحبها)  والتحديات التي تعترض السلطات في العالم الثالث لإنشاء إعلام مهني محايد يسهم في التطوير والتنمية المستدامة للمجتمع | |
| **17. الاختبارات**  **١. انشائي:** في هذا النوع من الاختبارت تبدأ الاسئلة بعبارات كـ: وضح كيف، ماهي اسباب ...؟ لماذا ...؟ كيف...؟ مثلاً: ما هي المبادئ الأساسية للإعلام؟ ما هي البيئة المناسبة لإنتشار الإشاعة؟  **٢. صح أو خطأ:** في هذا النوع من الاختبارات يتم ذكر جمل قصيرة بخصوص موضوع ما ويحدد الطلاب إمكانية افجابة بصح أو خطأ على هذه الجمل.  **مثلاً:** الهدف من الحرب النفسية هو كسب الحرب بالطرق المعنوية قبل أن تبدأ الحرب؛ أن من يكسب الحرب الإعلامية يكسب الحرب على الأرض.  **٣. الخيارات المتعدده:** في هذا النوع من الاختبارات يتم ذكر عدد من العبارات او المفردات بجانب او اسفل جملة معينه ويقوم الطلاب باختيار العبارة الصحيحه. أو جمل يملأ فيها الطالب الفراغات. | | |