

15 Core Requirements وحدة دراسية:**(3 Cr.)****ADM 511 منهجية البحث****مضمون المادة:**

- تسعى المادة إلى تكوين الأساس العلمي للطالب وإيجاد الإدراك لديه بأهمية النظرة العلمية وتكوين الأسس المنطقية والموضوعية التي يجب أن تحكم تفكيره.
- تسعى هذه المادة إلى تسليح الطالب بأدوات البحث العلمي وطرقه ومناهجه وخطواته وحدوده وتنمية مهاراته في استخدام طرق البحث العلمي.
- محاور المادة: تقوم على الجوانب الرئيسية التالية:
 - أهمية البحوث العلمية.
 - خطوات البحث العلمي.
 - الإحساس بالمشكلات العلمية وصياغتها.
 - وضع التساؤلات والفروض العلمية.
 - أنواع البحوث العلمية
 - طرق جمع البيانات العلمية
 - 1- الملاحظة.
 - 2- المقابلة.
 - 3- الاستقصاء.
 - 4- تحليل المضمون.
 - أنواع العينات.
 - وضع خطة علمية مقترحة لدراسة موضوع إعلامي.



(3 Cr.)

COM 511 تحليل مضمون

هو أداة علمية وأسلوب منهجي في التحليل بالدراسات الإعلامية لجمع المعلومات وتحليلها وفقاً لأشكال وأنماط متنوعة بما يؤدي إلى استنباط المزيد من التحليلات والتفسيرات والاستدلالات منها وربطها مع مجموعة المعارف الأخرى المتصلة بموضوع التحليل.

مضمون المادة:

1. نشأة تحليل المضمون.
2. خصائصه ومميزاته.
3. دوره في الدراسات الإعلامية.
4. شرح محدداته : الموضوعية، الحياد والفرق بين التحليل الكمي والتحليل الكيفي.
5. إبراز الجوانب المتعلقة بين المضمون الظاهر والنوايا الخفية للمضمون.
6. التحليل المباشر مقابل التحليل غير المباشر.
7. الاستخدامات الأساسية لتحليل المضمون من حيث:
 - a. توصيف المضمون وتحليله من الجوانب الموضوعية والشكلية.
 - b. وصف القائمين بالعمليات الإعلامية وكشف مقاصدهم.
 - c. وصف جمهور المتلقين.
 - d. المساعدة في إجراء البحوث ورصد التغيرات الفكرية والثقافية.
8. شرح وحدات تحليل المضمون: وحدة الكلمة - الموضوع - الشخصية - الوحدة الطبيعية للمادة - مقاييس المساحة والزمن.
9. فئات تحليل المضمون: ماذا قيل؟ كيف قيل؟ وتتضمن فئة الموضوع / فئة الاتجاه / فئة المستويات / فئة القيم / شكل المادة الإعلامية / فئة شكل العبارة / الخ...

الجانب التطبيقي:

دراسات تطبيقية على الجوانب السابقة الذكر بحيث يتعرف الطلاب على كيفية إجراء تحليل المضمون، وتصميم الاستمارة واختبار موضوع إعلامي للتعرف على أهم جوانبه التحليلية.

(3 Cr.)

COM 517 دراسات معمقة في نظريات الإتصال

تهتم هذه المادة بدراسة مفهوم الإتصال وعناصر العملية الاتصالية من مرسل ورسالة ووسيلة ومستقبل وهدف ورجع صدى، كما تتناول أهم النظريات التي تفسر العملية الاتصالية والمؤثرات فيها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والعراقيل التي تقف أو تحدّ منها. كما تبين هذه المادة كيفية الاستفادة من هذه النظريات في المجالات المختلفة كالسياسية والاجتماعية والتنمية وغير ذلك.

مضمون المادة:

- 1- مفهوم الإتصال الجماهيري.
 - 2- النماذج الاتصالية ومبررات استخدامها.
 - 3- خصائص الإتصال بالجماهير ونماذجه وعوائقه.
 - 4- قنوات الإتصال بالجماهير.
 - 5- مكونات الإتصال بالجماهير.
 - 6- الإقناع ونشر الأفكار المستحدثة.
 - 7- وسائل الإعلام الجديدة (كمبيوتر/ انترنت/ تلفزيون/ كابل...) وتأثيراتها الاتصالية.
- * فضلاً عن هذه الدراسة النظرية ينبغي إجراء بحث يرتبط بنظريات الإتصال.

(2 Cr.)

COM 522 تقنيات البحث التطبيقية

مضمون المادة:

- تطبيق على برنامج الإحصاء SPSS وعلى وضع استمارة وتفرغها.



(2 Cr.)

COM 527 تقنيات الاتصال بالمؤسسات

مضمون المادة:

- تطور التقنيات وصولاً للتقنيات الحديثة.
- الهيكلية الإدارية والاتصال التنظيمي.
- الصلاحيات ونطاق الإشراف والاتصال.
- أنواع الاتصال التنظيمي (الرسمي واللا رسمي).
- الاتصال الأفقي والصاعد والنازل.
- أدوات ووسائل الاتصال.
- أثر الاتصال على الرؤساء والمرؤوسين.
- خصوصية الاتصال التنظيمي في المؤسسات الإعلامية.
- نماذج ودراسة حالات.



(2 Cr.)

COM 547 الإعلام والتخطيط الاستراتيجي

مضمون المادة:**الأسبوع الأول:** التخطيط الاستراتيجي الماهية والعملية:

يتضمن هذا الفصل مفهوم التخطيط الاستراتيجي وخصائصه وأهميته وفوائده وفلسفات التخطيط الاستراتيجي إضافة إلى هيكل عملية التخطيط الاستراتيجي وخطواته ومستوياته ومدخله في المؤسسات.

الأسبوع الثاني: الإعلام والعمل الإعلامي:

يتضمن هذا الفصل مفهوم الإعلام وأهميته ومضامينه، مفهوم العمل الإعلامي وخصائصه إضافة إلى الحملات الإعلامية من حيث المفهوم والأهداف والأنواع.

الأسبوع الثالث: التخطيط الإعلامي:

يحتوي هذا الفصل على مفهوم التخطيط الإعلامي وأهميته، وعناصر ومكونات التخطيط الإعلامي وتخطيط المضمون الإعلامي.

الأسبوع الرابع: تحديد وتعريف الاتجاه الاستراتيجي:

خلال هذا الفصل من المؤهل أن يستطيع الباحث معرفة المفاهيم الأساسية للاتجاه الاستراتيجي للمؤسسة الإعلامية المتضمنة الرؤية المستقبلية والرسالة والقيم والغايات والأهداف الاستراتيجية إضافة إلى المحاور الاستراتيجية الرئيسة للمؤسسة الإعلامية.

الأسبوع الخامس: التحليل والتشخيص البيئي:

من خلال هذا الفصل سيتمكن الطالب من تحديد مفهوم البيئة بشقيها الداخلي والخارجي بالإضافة إلى مجموعة الأساليب التي من الممكن استخدامها في تحليل بيئة المؤسسة الإعلامية الداخلية والخارجية.

الأسبوع السادس: صياغة وإعداد الخطة الاستراتيجية البدائل والخيارات الاستراتيجية:

يحتوي هذا الفصل على المفاهيم المعاصرة للإستراتيجية والخطة الإستراتيجية وآليات صياغتها وقوى التوجيه الاستراتيجي للمؤسسة الإعلامية إضافة إلى تحديد وتصنيف البدائل والخيارات الاستراتيجية أمام المؤسسة الإعلامية والعوامل التي من الممكن أن تؤثر على البدائل والخيارات الاستراتيجية.

الأسبوع السابع: الإعلام الاستراتيجي واستراتيجياته المعاصرة:

يتضمن هذا الفصل مفهوم وأهداف الإعلام الاستراتيجي، وعناصر وخطوات الإعلام الاستراتيجي إضافة إلى الاستراتيجيات المعاصرة للإعلام الاستراتيجي.

27 Major Requirements وحدة دراسية:

(3 Cr.)

COM 532 الإعلام والتسويق السياسي

مضمون المادة:

- 1- قسم نظري: يتم من خلاله شرح المادة نظريا. وفقا للمخطط المقدم.
- 2- القسم الثاني: المشاركة التطبيقية في القسم الثاني من خلال أفلام وحملات عن الدعاية وحملات المناصرة.
- 3- القسم الثالث مساهمة الطالب في انجاز بحث تطبيقي.

1. -الحصة الأولى: مفهوم الدعاية...

- -تعريف الدعاية / أهدافها.
- أهمية الدعاية في المجتمعات...
- -وسائل وخصائص ومصادر الدعاية...

2. -الحصة الثانية: نشأة الدعاية.

- - تاريخها / ظروفها. / أهدافها. / مدارسها...
- -الدعاية وعلاقتها بالماضي والحاضر والمستقبل ...
- -تأثير الدعاية على الرأي العام...

3. -الحصة الثالثة: المدارس والاتجاهات في الدعاية السياسية...

- -الدعاية الغربية: الفرنسية./ الروسية (السوفييتية) / الأميركية / الانكليزية / الألمانية.
- -الدعاية الشرقية: الدعاية الإسلامية / لدعاية المسيحية./ الدعاية الصهيونية.
- -الدعاية المباشرة والدعاية المعاكسة...

4. -الحصة الرابعة: أساليب الدعاية المعاصرة.

- - أهداف الدعاية المعاصرة.
- - التأثير على الرأي العام.
- - لغة وشعارات الدعاية.
- -الجمهور المستهدف من الدعاية.
- -تعريف الدعاية السياسية / أهدافها / أساليبها./ دورها في الحياة الإنسانية..

5. -الحصة الخامسة: الإعلان.
- -تعريف الإعلانات / وسائلها. / أساليبها...
 - -تأثير الإعلانات في حياة البشرية...
 - -الإشاعة / أساليبها. / أهدافها...
 - -تأثيرها على الحياة العامة .
 - -العلاقة بين هذه المصطلحات / لفرق والخلاف بينهم ..
6. - الحصة السادسة: الدعاية الحديثة (المعاصرة) وسائلها...
- -تعريفها / مدارسها / اتجاهاتها...
 - -هدفها في الأزمات وفي حياة السلم...
 - - كيفية تسويق الدعاية في الحياة العامة.
7. - الحصة السابعة: الدعاية وعلاقتها بوسائل الإعلام الكلاسيكية والحديثة ...
- - الدعاية و الإعلام المكتوب..
 - - الدعاية والإعلام المرئي والمسموع ...
 - -الدعاية وإعلام الخطابة..
 - -الدعاية والإعلام الإلكتروني./ وإعلام التواصل الاجتماعي...
8. -الحصة الثامنة: وسائل وأنواع الفنون في الدعاية...السياسية....
- -أنواع الفنون التي تستخدمها الدعاية السياسية...
 - -الدعاية والصورة والصوت...
 - - الدعاية والشخصيات السياسية والمشاهير...الكاريزما.
 - -الدعاية وحركات الجسد.
9. الحصة التاسعة: الحملات الإعلامية السياسية والإعلانية ..
- -الصور والملصقات./ مناقشتها من خلال فيديو ..
 - الحملات الإعلانية السياسية / عملها دورها أسسها...
 - -فيلم فيديو مناقشة.
10. الحصة العاشرة: الحملات الإعلانية والدعائية (البروباغندا)...
- -فيلم دعائي يحضر ويناقش في الصف.

(3 Cr.)

COM 552 تكنولوجيا الاتصال

This course provides an overview of emerging communication technologies with a strong emphasis on space and digital aspects and how they impact our person, social, media, and professional lives. Students will learn and increase their knowledge in communication technologies, their ability to be critical consumers of communication and information technologies, their understanding of how new technologies diffuse through media, radio and television.

This course will identify the main types, properties and interference problems of space communication, as well as the adopted frequency bandwidth intervals in the communication system. Basic concepts of digital communication in baseband domain, features and advantages will be also introduced.



مضمون المادة:

- 1- المذيع: وظائف - خصائص - تعليم وتدريب - واجبات ومسؤولية.
- 2- القدرة على الإرتجال - كيفية التعامل مع النص.
- 3- أهمية الصوت والإلقاء والحضور.
- 4- المقابلة الإذاعية (الحوار الإذاعي).
- 5- العلاقة مع الضيف وكيفية إعداد وتوجيه الأسئلة.
- 6- المذيع وكيفية إدارة الندوات الإذاعية.
- 7- النشر الإذاعية ودور المذيع: الخبر وكيفية إعداده وإذاعته.
- 8- الريبورتاج الإذاعي.
- 9- الكاتب الإذاعي: الأسلوب الإذاعي وخصائص النص.
- 10- الدراما الإذاعية.
- 11- التدريب التقني وتحضير ندوات وتقارير ونشرات أخبار وتمثيلات إذاعية.



(3 Cr.)

RTV 512 برمجة تلفزيونية

مضمون المادة:

- 1- استفادة التلفزيون من الفنون كالمسرح والإذاعة والسينما. اللقطة، الحركة، الكاميرا، المونتاج إلخ...
- 2- فريق الإنتاج التلفزيوني (تقنيين - إداريين - مخرج).
- 3- المدارس والاتجاهات في الإخراج السينمائي والتلفزيوني.
- 4- أوجه الخلاف بين الأستوديو السينمائي والأستوديو التلفزيوني.
- 5- أوجه الخلاف بين المونتاج السينمائي والمونتاج التلفزيوني.
- 6- أوجه الخلاف بين الإخراج التلفزيوني والإخراج السينمائي (النص- الدراما - التقاليد الرقابية - عدد الكاميرات التصوير - نوعية اللقطات).
- 7- مهارات المخرج وثقافته.
- 8- تدريب وتحضير برنامج تلفزيوني.



(2 Cr.)

RTV 515 علم الدلائل البصرية / السيميائية

مضمون المادة:

علم الدلائل البصرية هو العلم الذي يدرس حياة الرموز في المجتمع. يعنى علم الدلائل البصرية بكل ما يمكن اعتباره اشارة ليس فقط ما نسميه اليوم في خطابنا اليومي بالاشارات لكن أيضاً كل ما ينوب عن شيء آخر، أو يدل على شيء آخر، وقد تأخذ الاشارات شكل (صور، كلمات، أصوات، أياماء، اشياء) وقد ظهرت نظريات علم الاشارات عبر التاريخ الفلسفي منذ القدم وحتى يومنا.

تهدف هذه المادة إلى القيام بقراءة تحليلية للصورة من خلال دراسة العناصر المكونة لها من رموز وخطوط وأشكال وألوان مقرونةً بقراءةٍ ضمنيةٍ للمعاني العاطفية النفسية.

أهم النقاط المعالجة:

- تعريف علم الدلائل البصرية / السيميائية
- تطور النظريات السيميائية : Pierce, Saussure, Barthes (علاقة السيميائية بالألسنية).
- السيميائية والصورة.
- الصورة وعمليات الإدراك (الصور العقلية والصور الإدراكية).
- تاريخ الصور (عائلات الصور - خصائص الصور).
- العلاقات الجدلية للصور.
- الصورة والالوان والخطوط.
- الصورة والإعلان.
- النظريات النقدية لتحليل الصور.
- الصورة والبيئة المنتجة لها (إستعراض لنماذج تحليلية).
- الصورة في النماذج الإعلانية.
- الصورة الإخبارية.

لائحة المراجع:

مدخل إلى سيمياء الإعلام / جوناثان بيغل.

Introduction à la sémiologie / Georges Mounin.

Le signe: Histoire et analyse d'un concept / Umberto Eco.

L'aventure sémiologique / Roland Barthes.

Semiotics: The Basics / Daniel Chandler.



(2 Cr.)

Seminar in Radio & T.V. RTV 560

مضمون المادة:

لقاءات شهرية مع أصحاب الإختصاص في المجال الإعلامي المرئي والمسموع والصحافة المكتوبة، يتناول فيها الباحثون ملفات إعلامية معاصرة وكيفية معالجة المؤسسات الإعلامية لها.

- الإعلام العربي وتحديات المستقبل.
- الإعلام الحديث / الإعلام التقليدي.
- الدراما العربية في مواجهة الدراما الأجنبية.
- تلفزيون الواقع إلى أين؟.



(12 Cr.)

RTV 590 رسالة ماجستير

- 1- بعد نجاح الطالب في المقررات المطلوبة بمعدل جيد على الأقل يقوم بتسجيل موضوع بحث الماجستير بعد موافقة الأستاذ المشرف ومصادقة لجنة الدراسات العليا بناء على مخطط واضح الأهداف.
- 2- يحدد موعد مناقشة البحث بعد الحصول على إذن خطي من العميد وذلك باستتساخ البحث بناء على تقرير من الأستاذ المشرف.
- 3- لا تُجرى المناقشة إلا بعد مرور فصل دراسي كامل (أربعة أشهر على الأقل) على تسجيل الطالب لبحثه.
- 4- **إجراءات المناقشة:**

- تقرير إيجابي من المشرف مع إذن بالطباعة.
- وصول تقارير إيجابية من أعضاء لجنة الحكم مع وضع علامة على 60.
- تحديد لجنة المناقشة التي تتكون من المشرف وأستاذ من الجامعة ومشاركة لأستاذ من الخارج.
- تصدر لجنة المناقشة تقريراً تذكر فيه نتيجة المناقشة، والدرجة التي حصل عليها الطالب، تتضمن العلامة الأولى من ستين + علامة المناقشة من 40.

