



توصيف مقرر : إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها

الجامعة: صنعاء Sana'a

الكلية: الإعلام Mass Communication

القسم: العلاقات العامة والإعلان - الإذاعة والتلفزيون - الصحافة والنشر الإلكتروني

البرنامج: العلاقات العامة والإعلان - الإذاعة والتلفزيون - الصحافة والنشر الإلكتروني

١. معلومات عامة عن المقرر:						
إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها Media Institutions Management & its Economics					اسم المقرر:	١-
M.COM.354					رمز المقرر ورقمه:	٢-
					الساعات المعتمدة:	٣-
الإجمالي	تدريب	عملي	سمنار	محاضرة		
٣		-	-	٣		
المستوى الثالث - الفصل الأول					المستوى والفصل الدراسي:	٤-
مقدمة في علم الاتصال					المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	٥-
لا يوجد					المتطلبات المصاحبة (إن وجدت):	٦-
الصحافة والنشر الإلكتروني - الإذاعة والتلفزيون - العلاقات العامة والإعلان .					البرنامج الذي يدرس له المقرر:	٧-
اللغة العربية					لغة تدريس المقرر:	٨-
فصلي					نظام الدراسة:	٩-
د. حسين جفمان					معد(ي) مواصفات المقرر:	١٠-
د. مجيب الشميري					أسماء لجنة المراجعة والتعديل للمقرر:	١١-
٥- د/ منصور حمود المنتصر						
٦- أ.جمال محمد سيلان						
٧- أ.عبد الله علي الصوفي						
١- د/ مهدي محمد حيدر					تاريخ اعتماد مواصفات المقرر:	١٢-
٢- أ.م.د/ علي مهيب البريهي						
٣- د/ عمر مقبول عبرين						
٤- د/ هزاع مرشد شرف						
٤/٦/٢٠٢٠م المجلس القسم: ٤/٦/٢٠٢٠م اللجنة الأكاديمية: ٩/٦/٢٠٢٠م						
١٦/٦/٢٠٢٠م المجلس الكلية:						

٢. وصف المقرر:

يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب بإدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها ، حيث يتناول المقرر أسس ومبادئ الإدارة ووظائف التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة في المؤسسة الإعلامية ، كما يركز المقرر على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية ومواردها المالية وإدارة اقتصادياتها وكذلك أهم الاتجاهات الإدارية الحديثة في إدارة المؤسسات الإعلامية .

٣. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر: Course Intended Learning Outcomes:

رئيس القسم	نائب العميد لشئون الجودة	عميد الكلية	عميد مركز التطوير وضمان الجودة	رئيس الجامعة
د. مهدي محمد حيدر	د. مهدي محمد حيدر	د. عمر أحمد داعر	أ.م.د/ هدى العماد	أ.د/ القاسم محمد عباس



- a1-1 يعرف المبادئ الأساسية لعلم الإدارة والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات .
a1-2 يتمكن من فهم الوظائف الأربع الأساسية للإدارة وتطبيقاتها في المؤسسات الإعلامية .
b2 يخطط لإدارة المؤسسات الإعلامية وفقاً للأهداف الاتصالية والاقتصادية المرسومة .
b3 يحلل المشكلات المتعلقة بالأداء الإداري للمؤسسة الإعلامية .
c1 يمارس بكفاءة أدوار القيادة في صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية .
c2 يدير الموارد البشرية والمالية واقتصاديات المؤسسة الإعلامية وفقاً للاتجاهات الإدارية الحديثة .
d1 يقدر قيمة العمل الجماعي والتعاوني في إدارة المؤسسات الإعلامية .
d2 يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع عند إدارة المؤسسة الإعلامية .

٤. موازنة مخرجات التعلم المقصودة للبرنامج مع المقرر (CILOs) :

المعرفة والفهم :

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (معرفة وفهم)	مخرجات البرنامج (معرفة وفهم)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
a1.1 يعرف المبادئ الأساسية لعلم الإدارة والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات .	A1 يظهر الفهم للمبادئ والمفاهيم الأساسية الخاصة بالاتصال والإعلام وعلاقته بالعلوم الأخرى.
a1.2 يتمكن من فهم الوظائف الأربع الأساسية للإدارة وتطبيقاتها في المؤسسات الإعلامية .	

المهارات الذهنية:

يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر

مخرجات المقرر (مهارات ذهنية)	مخرجات البرنامج (مهارات ذهنية)
بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:
b2 يخطط لإدارة المؤسسات الإعلامية وفقاً للأهداف الاتصالية والاقتصادية المرسومة .	B1 يحلل واقع الإعلام بمستوياته المختلفة.
b4 يحلل المشكلات المتعلقة بالأداء الإداري والاقتصادي للمؤسسة الإعلامية .	B2 يخطط بكفاءة للمحتوى الإعلامي وفق الأسس العلمية والأخلاقية السليمة.
	B3 يبتكر أفكاراً إبداعية لمختلف الأعمال الإعلامية.
	B4 يشخص القضايا والمشكلات المرتبطة بالظواهر الإعلامية ويقترح الحلول المناسبة لها.

المهارات العملية والمهنية :

رئيس القسم	نائب العميد لشئون الجودة	عميد الكلية	عميد مركز التطوير و ضمان الجودة	رئيس الجامعة
د. مهدي محمد حيدر	د. مهدي محمد حيدر	د. عمر أحمد داعر	أ.م.د/ هدى العماد	أ.د/ القاسم محمد عباس



يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر	
مخرجات البرنامج (مهارات عملية ومهنية)	مخرجات المقرر (مهارات عملية ومهنية)
بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:
c1.1 يمارس بكفاءة أدوار القيادة في صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية .	C1-يوظف القواعد والاتجاهات الإدارية الحديثة في إدارة العمل الإعلامي.
c1.2 يدير الموارد البشرية والمالية واقتصاديات المؤسسة الإعلامية وفقاً للقواعد والاتجاهات الإدارية الحديثة .	

المهارات العامة:	
يتم ربط مخرجات البرنامج بمخرجات المقرر	
مخرجات البرنامج (مهارات عامة)	مخرجات المقرر (مهارات عامة)
بعد الانتهاء من هذا البرنامج سيكون الطالب قادراً على أن:	بعد الانتهاء من هذا المقرر سيكون الطالب قادراً على أن:
D1- يتواصل بفاعلية مع الآخرين، ويعمل ضمن فريق العمل بكفاءة.	d1 يقدر قيمة العمل الجماعي والتعاوني في إدارة المؤسسة الإعلامية.
D3- يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع.	d3 يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع عند ادارة المؤسسة الاعلامية .

هـ . ربط مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقييم		
أولاً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
a1 يعرف المبادئ الأساسية لعلم الإدارة والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات .	- المحاضرة والعرض العلمي - العصف الذهني - الحوار والنقاش	- أنشطة / تكاليف - حضور ومشاركة - اختبار نصفي - اختبار قصير - اختبار نهائي
a2 يتمكن من فهم الوظائف الأربع الأساسية للإدارة وتطبيقاتها في المؤسسات الإعلامية .	- المحاضرة والعرض العلمي - الحوار والنقاش - التدريبات العملية والتعاونية. - الزيارات الميدانية.	- أنشطة / تكاليف - حضور ومشاركة - اختبار قصير - اختبار نهائي

ثانياً: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
b 2 يخطط لإدارة المؤسسات الإعلامية وفقاً للأهداف الاتصالية والاقتصادية المرسومة .	- المحاضرة والعرض العلمي - التدريبات العملية والتعاونية. - التطبيق العملي.	- أنشطة / تكاليف - حضور ومشاركة - بطاقة ملاحظة وتقييم



- حل المشكلات	- تقرير أداء
- المحاضرة والعرض العلمي - العصف الذهني - التدريبات العملية والتعاونية. - الزيارات الميدانية. - حل المشكلات	- أنشطة / تكاليف - بطاقة ملاحظة وتقييم - تقرير أداء - اختبار نهائي
b4 يحل المشكلات المتعلقة بالأداء الإداري للمؤسسة الإعلامية .	

ثالثا : ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
c1 يمارس بكفاءة أدوار القيادة في صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية .	- المحاضرة والعرض العلمي - التدريبات العملية والتعاونية. - التطبيق العملي. - حل المشكلات	- أنشطة / تكاليف - بطاقة ملاحظة وتقييم - تقرير أداء
c2 يدير الموارد البشرية والمالية واقتصاديات المؤسسة الإعلامية وفقا للاتجاهات الإدارية الحديثة .	- المحاضرة والعرض العلمي - الحوار والنقاش - الزيارات الميدانية. - حل المشكلات	- أنشطة / تكاليف - بطاقة ملاحظة وتقييم - تقرير أداء

رابعا: ربط مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر / المهارات العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
d 1 يقدر قيمة العمل الجماعي والتعاوني في إدارة المؤسسات الإعلامية .	- المحاضرة والعرض العلمي - العصف الذهني - الحوار والنقاش	- حضور ومشاركة - بطاقة ملاحظة وتقييم - اختبار نهائي
d3 يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع عند ادارة المؤسسة الاعلامية .	- المحاضرة والعرض العلمي - الحوار والنقاش - الزيارات الميدانية.	- أنشطة / تكاليف - حضور ومشاركة

٦. كتابة مواضع المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.



كتابة وحدات / مواضيع محتوى المقرر

أولاً : الجانب النظري

الرقم	وحدات / موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	مخرجات تعلم المقرر
1	مدخل عام إلى الإدارة	<ul style="list-style-type: none"> - مفهوم الإدارة . - أنواع الإدارة . - أنشطة الإدارة . - مستويات الإدارة . - مكونات النظام الإداري . - تطور الفكر الإداري . - وظائف الإدارة . 	W1	٣	a 1, a 2
2	الإدارة في المؤسسة الإعلامية	<ul style="list-style-type: none"> - المؤسسة الإعلامية . - أنواع المؤسسات الإعلامية . - أنشطة المؤسسات الإعلامية - خصائص الإدارة في المؤسسة الإعلامية . - تطور الإدارة في المؤسسة الإعلامية . - مشكلات الإدارة في المؤسسات الإعلامية . 	W1	٣	a 1, a 2, b 2
3	التخطيط في المؤسسة الإعلامية	<ul style="list-style-type: none"> - التخطيط ، الأهمية ، المبادئ ، العناصر . - أسس التخطيط الإعلامي - أنواع التخطيط الإعلامي - مستويات التخطيط الإعلامي - العوامل المؤثرة في التخطيط الإعلامي . 	W1	٣	a 2, b 2, b 4
4	إدارة مراحل وإجراءات التخطيط في المؤسسة الإعلامية	<ul style="list-style-type: none"> - إدارة مرحلة إعداد الخطة الإعلامية . - مرحلة تنفيذ الخطة الإعلامية - مرحلة تقييم الخطة الإعلامية - نماذج تطبيقية للتخطيط الإعلامي . 	W1	٣	a 2, b 2



a 2, b 2	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - التنظيم الإداري ، الأهمية ، المبادئ ، الأنماط . - التنظيم الإداري في المؤسسة الإعلامية . - جوانب التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - توصيف الوظائف في المؤسسة الإعلامية . 	التنظيم في المؤسسة الإعلامية	5
a 1, a 2, b 2, c 1	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - مبادئ التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - أنواع التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - خطوات التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - دراسة نماذج تطبيقية للتنظيم في المؤسسات الإعلامية . - عوامل نجاح التنظيم في المؤسسات الإعلامية . 	أنماط التنظيم في المؤسسة الإعلامية	6
a1, a2, c1	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - القيادة والإدارة في المؤسسة الإعلامية . - مداخل القيادة في المؤسسة الإعلامية . - أنماط القيادة في المؤسسة الإعلامية . - أدوار القيادة في المؤسسات الإعلامية . - مهارات القيادة في المؤسسات الإعلامية . 	القيادة في المؤسسة الإعلامية	7
a2, b2, c1, c2	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - خصوصية صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية . - مجالات اتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية . - أنواع القرارات في المؤسسات الإعلامية . 	صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية	8



			<ul style="list-style-type: none"> - مراحل صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية . - مخاطر صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية . 		
a 1, a 2, c 2	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - مفهوم الرقابة الإدارية . - مجالات الرقابة الإدارية . - أنواع الرقابة الإدارية . - مجالات الرقابة في المؤسسة الإعلامية . - تطبيقات الرقابة في المؤسسة الإعلامية . 	الرقابة في المؤسسة الإعلامية	9
a2, c1,c2	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - مواصفات الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية . - أنواع الموارد البشرية - توظيف واستقطاب الموارد البشرية . - تدريب وتأهيل الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية . - تقييم الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية . 	إدارة الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية	10
a2.b2.b4	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - الطرق العلمية المحاسبة في المؤسسات الاعلامية - الطرق الفنية للمحاسبة في المؤسسات الاعلامية 	القوائم المالية في المؤسسات الاعلامية	11
b2.b4.c1.c2	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - ملكية الاحزاب لوسائل الاعلام . - ملكية المنظمات السياسية والاجتماعية . - ملكية الشركات الخاصة . - ملكية الافراد . 	ملكية المؤسسات الاعلامية والحرية الاعلامية	12
a 1, b2, b4	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - الدعم الحكومي . - النشاط التجاري الاعلاني (الاعلانات الصحفية ، التليفزيونية ، الاذاعية) . 	مصادر التمويل في المؤسسات الاعلامية	13



			<ul style="list-style-type: none"> - البرامج الاذاعية والتلفزيونية المكفولة . - الطباعة التجارية . - التوزيع . - الاشتراكات . - نظام المساهمة . 	
b2.b4.c1.c2	٣	W1	<ul style="list-style-type: none"> - مجالات الاستثمارات في المؤسسات الإعلامية . - دخول الحكومات في النشاط الاقتصادي . - مدخلات ومخرجات المؤسسات الاعلامية . 	14
		42	14	إجمالي الأسابيع والساعات

ثانياً: الجانب العملي:				
تكتب تجارب (مواضيع) العملي				
الرقم	التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	مخرجات التعلم
لا يوجد				

٧. استراتيجية التدريس:				
المحاضرة والعرض العلمي				
العصف الذهني				
الزيارات الميدانية				
الحوار والنقاش				
التدريبات العملية والتعاونية.				
التطبيق العملي				
حل المشكلات				
٨. الأنشطة والتكليفات:				
الرقم	النشاط / التكليف	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	تقديم تقرير ميداني.	a1, b2,,c1, ,d1,d3	الأسبوع التاسع	٥
2	اعداد عروض تقديمية	a1,a2, b2, , ,d1,	الأسبوع الخامس	٥
3	إعداد تكاليف بحثية	a1,a2, b2 ,d1,d3	الثاني عشر	١٠



٢٠			الاجمالي
----	--	--	----------

٩. تقييم التعلم:					
الرقم	أنشطة التقييم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الواجبات / الأنشطة / التكاليف	١٢، ٢	٢٠	%٢٠	a1,a2 ,b2,d1,d3
2	حضور ومشاركة	١٤-١	١٠	% ١٠	a1,a2,b2,b4,c1,c2,d1,d3
3	اختبار نصفي	٨	١٠	%١٠	a1,a2,b2
4	الاختبار النهائي	١٦	٦٠	% ٦٠	a1,a2,b2,b4
	الاجمالي		١٠٠	% ١٠٠	

١٠. مصادر التعلم:	
(اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)	
١.	مجيب الشميري (٢٠١٦). إدارة المؤسسات الإعلامية المبادئ والاتجاهات ، صنعاء : دار الكتاب الجامعي، ط ، أولى .
٢.	عصام الدين فرج (٢٠١٠). اقتصاديات الاعلام-الجزء الاول-القاهرة-مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات ، ط٦.
المراجع المساعدة	
١.	عطا الله شاكر (٢٠١١). إدارة المؤسسات الإعلامية ، عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، ط، أولى .
٢.	عبد الجواد سعيد ربيع(٢٠٠٤). إدارة المؤسسات الصحفية دراسة في الواقع والمستحدثات، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط، أولى .
٣.	محمد فريد عزت (٢٠١٠). إدارة المؤسسات الإعلامية، القاهرة :الدار العالمية للنشر والتوزيع ، ط، أولى
٤.	إبراهيم المسلمي (٢٠٠٧). إدارة المؤسسات الصحفية ، القاهرة : دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، ط، الثانية .
٥.	جيليان دويل (٢٠١٥). اقتصاديات وسائل الاعلام، ترجمة : محمد عبد الحميد ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط أولى .
٦.	عبد الله عبد المؤمن (٢٠١٦). إدارة المؤسسات الإعلامية مفاهيم وتطبيقات . صنعاء منشورات جامعة العلوم والتكنولوجيا ، ط ، أولى .
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)	
- الإدارة الحديثة في المؤسسة الإعلامية – بحث متاح على :	

رئيس القسم	نائب العميد لشئون الجودة	عميد الكلية	عميد مركز التطوير وضمان الجودة	رئيس الجامعة
د. مهدي محمد حيدر	د. مهدي محمد حيدر	د. عمر أحمد داعر	أ.م.د/ هدى العماد	أ.د/ القاسم محمد عباس



http://publications.iua.edu.sd/iua_magazines/communication_magazine/.pdf

- القيادة الإدارية في المؤسسة الإعلامية – بحث متاح على :

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=53219>

١. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
1.	سياسية الحضور للمحاضرة ، ومتى يعتمد الغياب ونسبته : تحددتها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر: طبقاً للمادة (٢١) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (٧٥%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية.
2.	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
3.	ضوابط الامتحانات: ❖ السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر: طبقاً للمادة (٤٥) من لائحة شئون الطلاب يطبق الآتي: ١- عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر. ٢- لا يسمح بمغادرة الاختبار من القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة.
4.	التكليفات / المهام والمشاريع: في حال تأخر التكاليف والمشاريع ومتى تسلم لأستاذ المقرر: يحدد سياسة ذلك القسم العلمي.
5.	الغش: يعاقب الطالب إذا غش في المقرر طبقاً للمادة (٧٢) من لائحة شئون الطلاب بإحدى العقوبات التالية: ١- إلغاء اختبار الطالب في المقرر. ٢- الحرمان من الاختبار في مقرر أو أكثر (حسب ما تحدده لجنة العقوبات بالكلية).
6.	الانتحال: يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية طبقاً للمادة (٧٩) من لائحة شئون الطلاب.
7.	سياسات أخرى: مثل استخدام الموبايل أو ... الخ : يتم اتخاذها من أستاذ المقرر حسب لائحة شئون الطلاب.



خطة مقرر مادة / إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها

الجامعة: صنعاء Sana'a

الكلية: الإعلام Mass Communication

القسم: العلاقات العامة والإعلان – الإذاعة والتلفزيون – الصحافة والنشر الإلكتروني

البرنامج: العلاقات العامة والإعلان – الإذاعة والتلفزيون – الصحافة والنشر الإلكتروني

١. معلومات عن مدرس المقرر:						
الساعات المكتبية (٣ / أسبوعيا)				الاسم		
الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت	المكان ورقم الهاتف
						البريد الإلكتروني

٢. معلومات عامة عن المقرر :						
إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها Media Institutions Management & its Economics				١. اسم المقرر :		
M.COM.353				٢. رمز المقرر ورقمه :		
المجموع	الساعات				٣. الساعات المعتمدة للمقرر :	
	تدريب	عملي	سمنار	نظري		
٣				٣		
الثالث – الفصل الأول				٤. المستوى والفصل الدراسي :		
مقدمة في علم الاتصال				٥. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت) :		
لا يوجد				٦. المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت) :		
الصحافة والنشر الإلكتروني – الإذاعة والتلفزيون – العلاقات العامة والإعلان				٧. البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر :		
اللغة العربية				٨. لغة تدريس المقرر :		
كلية الإعلام				٩. مكان تدريس المقرر :		
٣. وصف المقرر الدراسي :						
يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب بإدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها ، حيث يتناول المقرر أسس ومبادئ الإدارة ووظائف التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة في المؤسسة الإعلامية ، كما يركز المقرر على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية ومواردها المالية وإدارة اقتصادياتها ، وكذلك أهم الاتجاهات الإدارية الحديثة في إدارة المؤسسات الإعلامية .						



٤. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر: Course Intended Learning Outcomes:

- a1 يعرف المبادئ الأساسية لعلم الإدارة والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات .
a2 يتمكن من فهم الوظائف الأربع الأساسية للإدارة وتطبيقاتها في المؤسسات الإعلامية .
b1 يخطط لإدارة المؤسسات الإعلامية وفقا للأهداف الاتصالية والاقتصادية المرسومة .
b2 يحلل المشكلات المتعلقة بالأداء الإداري للمؤسسة الإعلامية .
c1 يمارس بكفاءة أدوار القيادة في صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية .
c2 يدير الموارد البشرية والمالية واقتصاديات المؤسسة الإعلامية وفقا للاتجاهات الإدارية الحديثة .
d1 يقدر قيمة العمل الجماعي والتعاوني في إدارة المؤسسات الإعلامية .
d2 يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع عند ادارة المؤسسة الاعلامية .

٥. محتوى المقرر :

الجانب النظري :

الرقم	وحدات المقرر	المواضيع التفصيلية	اسبوع التنفيذ	الساعات الفعلية
1	مدخل عام إلى الإدارة	- مفهوم الإدارة . - أنواع الإدارة . - أنشطة الإدارة . - مستويات الإدارة . - مكونات النظام الإداري . - تطور الفكر الإداري . - وظائف الإدارة .	W1	٣
2	الإدارة في المؤسسة الإعلامية	- المؤسسة الإعلامية . - أنواع المؤسسات الإعلامية . - أنشطة المؤسسات الإعلامية . - خصائص الإدارة في المؤسسة الإعلامية . - تطور الإدارة في المؤسسة الإعلامية . - مشكلات الإدارة في المؤسسات الإعلامية .	W2	٣
3	التخطيط في المؤسسة الإعلامية	- التخطيط ، الأهمية ، المبادئ ، العناصر . - أسس التخطيط الإعلامي - أنواع التخطيط الإعلامي - مستويات التخطيط الإعلامي . - العوامل المؤثرة في التخطيط الإعلامي .	W3	٣



3	W4	<ul style="list-style-type: none"> - ادارة مرحلة إعداد الخطة الإعلامية . - مرحلة تنفيذ الخطة الإعلامية . - مرحلة تقييم الخطة الإعلامية . - نماذج تطبيقية للتخطيط الإعلامي . 	<ul style="list-style-type: none"> - ادارة مراحل وإجراءات التخطيط في المؤسسة الإعلامية 	4
3	W5	<ul style="list-style-type: none"> - التنظيم الإداري ، الأهمية ، المبادئ ، الأنماط . - التنظيم الإداري في المؤسسة الإعلامية . - جوانب التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - توصيف الوظائف في المؤسسة الإعلامية . 	<ul style="list-style-type: none"> - التنظيم في المؤسسة الإعلامية 	5
3	W6	<ul style="list-style-type: none"> - مبادئ التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - أنواع التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - خطوات التنظيم في المؤسسة الإعلامية . - دراسة نماذج تطبيقية للتنظيم في المؤسسات الإعلامية . - عوامل نجاح التنظيم في المؤسسات الإعلامية . 	<ul style="list-style-type: none"> - أنماط التنظيم في المؤسسة الإعلامية 	6
3	W7	الاختبار النصفي	الاختبار النصفي	7
3	W8	<ul style="list-style-type: none"> - القيادة والإدارة في المؤسسة الإعلامية . - مداخل القيادة في المؤسسة الإعلامية . - أنماط القيادة في المؤسسة الإعلامية . - أدوار القيادة في المؤسسات الإعلامية . - مهارات القيادة في المؤسسات الإعلامية . 	<ul style="list-style-type: none"> - القيادة في المؤسسة الإعلامية 	8
3	W9	<ul style="list-style-type: none"> - خصوصية صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية . - مجالات اتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية . - أنواع القرارات في المؤسسات الإعلامية . - مراحل صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية . - مخاطر صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية . 	<ul style="list-style-type: none"> - صناعة القرار في المؤسسة الإعلامية 	9
3	W10	<ul style="list-style-type: none"> - مفهوم الرقابة الإدارية . - مجالات الرقابة الإدارية . - أنواع الرقابة الإدارية . - مجالات الرقابة في المؤسسة الإعلامية . - تطبيقات الرقابة في المؤسسة الإعلامية . 	<ul style="list-style-type: none"> - الرقابة في المؤسسة الإعلامية 	10
3	W11	<ul style="list-style-type: none"> - مواصفات الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية . - أنواع الموارد البشرية - توظيف واستقطاب الموارد البشرية . - تدريب وتأهيل الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية . - تقييم الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية . 	<ul style="list-style-type: none"> - إدارة الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية 	11



3	W12	- الطرق العلمية المحاسبة في المؤسسات الاعلامية - الطرق الفنية للمحاسبة في المؤسسات الاعلامية	القوائم المالية في المؤسسات الاعلامية	12
3	W13	- ملكية الاحزاب لوسائل الاعلام . - ملكية المنظمات السياسية والاجتماعية . - ملكية الشركات الخاصة . - ملكية الافراد .	ملكية المؤسسات الاعلامية والحرية الاعلامية	13
3	W14	- الدعم الحكومي . - النشاط التجاري الاعلاني (الاعلانات الصحفية ، التليفزيونية ، الاذاعية) . - البرامج الاذاعية والتليفزيونية المكفولة . - الطباعة التجارية . - التوزيع . - الاشتراكات . - نظام المساهمة .	مصادر التمويل في المؤسسات الاعلامية	14
3	W15	- مجالات الاستثمارات في المؤسسات الإعلامية - دخول الحكومات في النشاط الاقتصادي . - مدخلات ومخرجات المؤسسات الاعلامية .	الاستثمار في مجال الإعلام	15
3	W16	- الامتحان النهائي	- امتحان نهائي	16
48	16	عدد الأسابيع والساعات		

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
لا يوجد			

٦. استراتيجيات التدريس	
١.	المحاضرة والعرض العلمي
٢.	العصف الذهني
٣.	الحوار والنقاش
٤.	التدريبات العملية والتعاونية.
٥.	الزيارات الميدانية
٦.	التطبيق العملي.
٧.	حل المشكلات

٧. الأنشطة والتكليفات :

رئيس القسم	نائب العميد لشئون الجودة	عميد الكلية	عميد مركز التطوير وضمان الجودة	رئيس الجامعة
د. مهدي محمد حيدر	د. مهدي محمد حيدر	د. عمر أحمد داعر	أ.م.د/ هدى العماد	أ.د/ القاسم محمد عباس



الرقم	النشاط/ التكلفة	اسبوع التنفيذ	الدرجة (إن وجدت)
1	تقرير ميداني	W2	١٠
2	تكليف بحث	W12	١٠
	الاجمالي		٢٠

٨. تقييم التعلم:				
الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي (نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي)
١.	حضور ومشاركة.	مستمر	١٠	١٠ %
٢.	الواجبات والتكاليف والأنشطة.	الأسبوع الثاني والثاني عشر	٢٠	٢٠ %
٣.	اختبار نصفي	الأسبوع الثامن	١٠	١٠ %
٤.	الامتحان النهائي	الأسبوع الخامس عشر	٦٠	٦٠ %
	المجموع		١٠٠	١٠٠ %

٩. مصادر التعلم :	
١.	<u>المراجع الرئيسية :</u>
١.	مجيب الشميري (٢٠١٦). إدارة المؤسسات الإعلامية المبادئ والاتجاهات ، صنعاء : دار الكتاب الجامعي ، ط ، أولى .
٢.	عصام الدين فرج (٢٠١٠). اقتصاديات الاعلام-الجزء الاول-القاهرة-مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات ، ط٦.
١.	<u>المراجع المساعدة :</u>
٢.	عطا الله شاكر (٢٠١١). إدارة المؤسسات الإعلامية ، عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط، أولى.
٣.	عبد الجواد سعيد ربيع(٢٠٠٤). إدارة المؤسسات الصحفية دراسة في الواقع والمستحدثات، القاهرة : دار الف الفجر للنشر والتوزيع ، ط، أولى .
٤.	محمد فريد عزت (٢٠١٠). إدارة المؤسسات الإعلامية، القاهرة :الدار العالمية للنشر والتوزيع ، ط، أولى.
٥.	إبراهيم المسلمي (٢٠٠٧). إدارة المؤسسات الصحفية ، القاهرة : دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، ط، الثانية .
٦.	جيليان دويل (٢٠١٥). اقتصاديات وسائل الاعلام، ترجمة : محمد عبد الحميد ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط ، أولى .
٧.	عبد الله عبد المؤمن (٢٠١٦). إدارة المؤسسات الإعلامية مفاهيم وتطبيقات . صنعاء منشورات جامعة العلوم والتكنولوجيا ، ط ، أولى .
٢.	مواد إلكترونية وإنترنت : (إن وجدت)
-	الإدارة الحديثة في المؤسسات الإعلامية – بحث متاح على :



http://publications.iaua.edu.sd/iaua_magazines/communication_magazine/.pdf

- القيادة الإدارية في المؤسسة الإعلامية – بحث متاح على :

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=53219>

١٠. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:

1	سياسية الحضور للمحاضرة ، ومتى يعتمد الغياب ونسبته : تحدها الكلية وفق اللائحة. الحرمان من المقرر: طبقاً للمادة (٢١) من لائحة شئون الطلاب فإن نظام الدراسة انتظام، ويحرم الطالب من دخول الاختبار النهائي إذا قلت نسبة حضوره عن (٧٥%) من المحاضرات النظرية والدروس العملية.
2	الحضور المتأخر: يحدد عن طريق القسم العلمي وأستاذ المادة بحسب النظم المتبعة في الجامعة.
3	ضوابط الامتحانات: ❖ السياسة المتبعة في حال تأخر الطالب عن الامتحان في المقرر: طبقاً للمادة (٤٥) من لائحة شئون الطلاب يطبق الآتي: ١- عدم الدخول لمكان اختبار المقرر بعد مرور نصف ساعة على الأكثر. ٢- لا يسمح بمغادرة الاختبار من القاعة إلا بعد مرور نصف الوقت من بدء اختبار المادة.
4	التكليفات / المهام والمشاريع: في حال تأخر التكليف والمشاريع ومتى تسلم لأستاذ المقرر: يحدد سياسة ذلك القسم العلمي.
5	الغش: يعاقب الطالب إذا غش في المقرر طبقاً للمادة (٧٢) من لائحة شئون الطلاب بإحدى العقوبات التالية: ١- إلغاء اختبار الطالب في المقرر. ٢- الحرمان من الاختبار في مقرر أو أكثر (حسب ما تحدده لجنة العقوبات بالكلية).
6	الانتحال: يعاقب الطالب بالفصل النهائي إذا ثبت ارتكابه انتحال الشخصية طبقاً للمادة (٧٩) من لائحة شئون الطلاب.
7	سياسات أخرى: مثل استخدام الموبايل أو ... الخ : يتم اتخاذها من أستاذ المقرر حسب لائحة شئون الطلاب.

١١- أعضاء لجنة المراجعة لتوصيف المقرر من مركز التطوير:

م	الاسم	ملاحظات
١	أ.م.د/ صالح حميد	
٢	د/ منصر الصباري	

١٢- أسماء اللجنة الإشرافية:

م	الاسم	الصفة الوظيفية	ملاحظات
١	د/ عمر أحمد داعر	عميد كلية الإعلام	
٢	أ.د/ إبراهيم المطاع	نائب رئيس الجامعة للشئون الأكاديمية	