

7. تخصص ماجستير في إدارة المؤسسات الإعلامية

نبذة عن التخصص:

يهدف برنامج الماجستير في "إدارة المؤسسات الإعلامية" إلى الإسهام في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية عبر تقديم برنامج أكاديمي في درجة الماجستير يسعى إلى رفع مستوى قدرات رؤساء ومديري المؤسسات العاملة في الحقل الإعلامي على إدارة هذه الكيانات بفعالية ومهنية واقتدار وبالتالي الحفاظ على استمراريتها. يأتي هذا البرنامج أيضاً لسد فجوة ملحوظة في حقل الدراسات العليا في المجال الإعلامي؛ حيث تخلو الجامعات الفلسطينية من برامج دراسات عليا في هذا الحقل، لذا فإن طرح هذا البرنامج سيسهم في سد هذه الفجوة، وسيكون له التأثير الإيجابي المتوقع في تعزيز البحث العلمي الإعلامي الذي أصبح حاجة ملحة للحقل الأكاديمي، ولسوق العمل الإعلامي الواسع الانتشار بهدف الرقي بأدائه استناداً إلى الأبحاث العلمية.

هذا البرنامج يتميز باعتماده على مفهوم التشاركية وتعدد التخصصات في نقل العلم والخبرات والمهارات حيث انه ينفذ بتعاون مشترك بين كليتي الإعلام والعلوم الإدارية والاقتصادية في جامعة القدس المفتوحة، بحيث يزاوج محتوى البرنامج بين المهارات الإدارية والمالية والإعلامية؛ إذ سيتم في هذا البرنامج دمج مفاهيم ومهارات الإدارة مع المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالإعلام، وهي تجربة تحاكي تجارب مؤسسات التعليم العالي العالمية.

مواصفات الخريج:

1. يمتلك القدرة على إدارة المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها سواء تلك العاملة في حقل الصحافة أو الإنتاج المرئي والمسموع ومجالات العمل الإعلامي الأخرى.
2. يمتلك القدرة على وضع وتنفيذ استراتيجيات العمل في مختلف أقسام المؤسسة الإعلامية.
3. يمتلك القدرة على فهم وتحليل مواطن الضعف في العمل الإداري وسبل تطويره.
4. يمتلك القدرة على إدارة الفريق وتنمية مهارات العاملين في مؤسسته.
5. يمتلك القدرة على إدماج مختلف عناصر نجاح المؤسسة الإعلامية من الإشراف على المحتوى والتسويق والحملات الإعلامية والتسويقية وإدارة استراتيجياتها المالية والإدارية.

6. ملم بسبل بناء هوية المؤسسة والحفاظ عليها وتطوير الحملات التي تعززها في أوساط جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي.

الأهداف:

1. فتح الأفاق نحو إنشاء وبناء مبادرات إعلامية قائمة على الأسس الإدارية والتسويقية الرائدة.
2. الإسهام في النهوض بالعمل الإعلامي عبر تأهيل خريجين قادرين على قيادة العمل المؤسساتي.
3. الحد من ظاهرة إغلاق المؤسسات الإعلامية أبوابها نتيجة محدودية المهارات الإدارية لدى مديريها.
4. تشجيع البحث العملي في حقل الإعلام وهو مجال يتسم بالتواضع في فلسطين.
5. خلق مساحة للحوار والنقاش والتبادل الأكاديمي في مجال الإعلام وإدارة مؤسساته بين مختلف الأكاديميين والباحثين الإعلاميين.

شروط القبول:

1. يقبل الطالب للدراسة لدرجة الماجستير في هذا التخصص إذا كان حاصلًا على أحد المؤهلات الآتية:
2. درجة البكالوريوس في أحد تخصصات الإعلام من جامعة القدس المفتوحة أو من إحدى الجامعات الأخرى المعترف بها، بحيث يكون التقدير " جيد فأعلى".
3. درجة البكالوريوس في أحد تخصصات العلوم الإدارية، وبتقدير " جيد فأعلى". يكون القبول على أساس تنافسي حسب معايير الكلية.
4. أن يجتاز الطالب المقابلة الشخصية بنجاح طبقاً لمعايير تحددها لجنة البرنامج.
5. اجادة اللغة العربية والانجليزية.
6. يلتزم الطالب بتعليمات منح درجة الماجستير في الكلية.

مجالات عمل الخريج:

- العمل في الهيئات الإدارية والتنفيذية في شركات الإنتاج الإعلامي.
- العمل في الإدارة التنفيذية لمحطات التلفزة والإذاعات والصحف ووكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية.
- الإشراف على تخطيط وإدارة الحملات الإعلامية والعلاقات العامة في مختلف القطاعات الحكومية والأهلية والخاصة.
- التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات الإعلامية.
- في إدارة التسويق والمبيعات في القطاع الخاص.
- في إدارة مراكز أبحاث الاتصال والإعلام.

المقررات المطروحة في البرنامج

للحصول على درجة الماجستير في إدارة المؤسسات الإعلامية ، على الطالب أن يتم بنجاح (36) ساعة معتمدة موزعة كما يأتي:

الرقم	نوع المتطلب	عدد الساعات المعتمدة
(1)	متطلبات تخصص إجباري	21
(2)	متطلبات اختياري	9
(3)	رسالة	6
	المجموع	36

مقررات استدرائية:

على الطالب اجتياز أحد المقررات التالية من المقررات الاستدرائية، حيث أن علامة هذه المقررات لا تدخل في مجموع علامات الطالب أو الساعات المجتازة، ويجتازها الطالب بعلامة (ناجح/ راسب):

- مدخل إلى الإدارة "6512" (3 ساعات معتمدة): هو مقرر استدرائي للطلبة الذين لديهم خلفية في الإعلام وليس لديهم خلفية في الإدارة.

- مقدمة في دراسات الاتصال ووسائل الإعلام "6513" (3 ساعات معتمدة): هو مقرر استداركي للطلبة الذين لديهم خلفية في الإدارة وليس لديهم خلفية في الإعلام.
- أسس الكتابة والتحرير الصحفي "6514" (3 ساعات معتمدة): مقرر استداركي للطلبة الذين لا خلفية أكاديمية لديهم في حقل الإعلام والكتابة الصحفية والكتابة للعلاقات العامة.

أولاً: المقررات الإلزامية (21 ساعة معتمدة):

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات المعتمدة	الساعات الأسبوعية		المتطلب السابق
			نظري	عملي	
6500	مدخل إلى الإدارة الإعلامية	3	3	-	-
6501	مناهج بحوث الاتصال والإعلام	3	3	-	-
6502	الاتصال والرأي العام	3	3	-	-
6504	إدارة العلاقات العامة والعلامة التجارية	3	3	-	-
6505	الاتصالات التسويقية المتكاملة	3	3	-	-
6506	إدارة مالية	3	3	-	-
6507	إدارة مشاريع	3	3	-	-
	المجموع	21	21	-	-

ثانياً: المقررات الاختيارية لبرنامج / تخصص أكاديمي:

يدرس الطالب/ة (9) ساعات معتمدة من المقررات الآتية:

رقم المقرر	عنوان المقرر	الساعات المعتمدة	الساعات الأسبوعية		المتطلب السابق
			نظري	عملي	
6503	الاتصال المؤسسي الداخلي	3	3	-	-
6508	القيادة في المؤسسات: نماذج وتطبيقات	3	3	-	-
6509	الابتكار الإعلامي وريادة الأعمال	3	3	-	-
6510	أخلاقيات وتشريعات الإعلام	3	3	-	-
6511	اقتصاديات وسائل الإعلام	3	3	-	-
6515	صناعة المحتوى الرقمي	3	3	-	-

ثالثاً: الرسالة:

المتطلب السابق	الساعات الأسبوعية		الساعات المعتمدة	عنوان المقرر	رقم المقرر
	عملي	نظري			
6501	3	-	3	الرسالة (1)	6528
6528	3	-	3	الرسالة (2)	6529
	6	-	6	المجموع	