

# ماجستير خاص الصحافة التلفزيونية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير خاص الصحافة التلفزيونية

- « طريقة التدريس: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtitude.com/ae/journalism-communication/professional-master-degree/master-television-journalism](http://www.techtitude.com/ae/journalism-communication/professional-master-degree/master-television-journalism)

# الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

الهيكل والمحتوى

صفحة 22

04

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 18

03

المنافسة

صفحة 14

07

المؤهل العلمى

صفحة 44

06

المنهجية

صفحة 36

# المقدمة

التلفزيون هو أحد الوسائل الرئيسية التي يختارها الجمهور ليكون على دراية بالمعلومات. هو تنسيق يسمح بالتحديث الفوري للأخبار، بالإضافة إلى الاعتماد على الصورة لتحقيق اهتمام أكبر بالمعلومات. مع ذلك، فإن التخصص في هذا المجال أساسي للصحفيين الذين يرغبون في التكيف بسلاسة مع هذه الوسيلة.



اكتسب المهارات اللازمة لتصبح صحفيًا ممتازًا وتعلم كيفية رواية ما يحدث في العالم بصيغة تلفزيونية. لهذا السبب، نقدم لك هذا الماجستير الخاص الذي يحتوي على جميع المستجدات في هذا المجال"



عادةً ما لا تُدرّس خصوصيات الصحافة التلفزيونية بعمق في شهادات البكالوريوس أو الشهادات الجامعية في علوم المعلومات، حيث يركز التعليم على الجوانب النظرية أكثر من الجوانب العملية. لمعرفة طبيعة العمل في التلفزيون، من الضروري الاستمرار في التدريب من خلال الدراسات العليا المتخصصة.

إن الكتابة والتعليق للتلفزيون، أو كيفية مواجهة الكاميرات، هي أمور يحتاج الصحفي إلى مهارات كبيرة مكتسبة تمكنه من القيام بها بشكل طبيعي، مما يساعده على جذب انتباه الجمهور دون تشتيت الانتباه.

لهذا السبب، يهدف هذا الماجستير الخاص إلى تأهيل الطلاب في الصحافة التلفزيونية بطريقة تمكنهم من اكتساب مجموعة من الكفاءات التي يمكنهم من خلالها تطبيق كل ما تعلموه. يغطي المنهج كل شيء بدءاً من نظرية الصحافة والإعلان، إلى الاتصال المرئي والسردي السمعي البصري أو الصحافة الرياضية والثقافية، وهما قطاعان لهما أهمية كبيرة على الشاشة الصغيرة. علاوة على ذلك، وبما أنه لا يمكن أن يكون الأمر خلاف ذلك، فإن أحد الأجزاء الرئيسية في هذا الماجستير الخاص هو دراسة الصحافة والاتصال في التلفزيون.

هذا البرنامج هو البرنامج الأكثر اكتمالاً وتوجيهاً للمحترفين في مجال الصحافة والاتصال للوصول إلى مستوى أعلى من الأداء، مع التركيز في جميع الأوقات على الصحافة التلفزيونية. استفد من هذه الفرصة لتكون محترفاً بأسس متينة من خلال هذا البرنامج الأكاديمي وبأحدث التقنيات التعليمية 100% عبر الإنترنت.

بالإضافة إلى ذلك، سيتمكن الطلاب من الوصول إلى مجموعة حصريّة من 10 صفوف دراسية متقدمة تكميلية صممها أستاذ مشهور عالمياً ومتخصص معترف به في مجال الصحافة التلفزيونية. بذلك، سيكتسب الخريجون مهارات ومعارف جديدة في تخصص مطلوب بشدة في مجال الاتصالات.

يحتوي هذا **الماجستير الخاص في الصحافة التلفزيونية** على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. من أبرز مميزاته ما يلي:

- ♦ تطور الحالات العملية التي يقدمها خبراء في الصحافة التلفزيونية
- ♦ محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها، تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ مستجدات عن الصحافة التلفزيونية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزه الخاص على المنهجيات المبتكرة في الصحافة التلفزيونية
- ♦ نظام تعلم تفاعلي قائم على الخوارزميات لاتخاذ القرار بشأن الحالات المثارة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ إتاحة الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



بفضل TECH، ستتمكن من الوصول إلى 10 صفوف دراسية متقدمة إضافية وفريدة من نوعها يقدمها مدرس دولي مشهور ومتخصص في الصحافة التلفزيونية"

لا تفوّت فرصة تحسين مهاراتك  
في الصحافة التلفزيونية.

نقدم لك أفضل منهجية تدريس في السوق وتدريباً  
عبر الإنترنت بنسبة 100% بحيث يمكنك الجمع بين  
وقتك في الدراسة وبقية التزاماتك اليومية.

”

تعلم من أفضل المحترفين في الصحافة في هذا البرنامج  
التخصصي الذي يتمتع بقيمة أكاديمية ممتازة. إنها  
فرصة فريدة للتخصص في الصحافة التلفزيوني

يضم في هيئة التدريس محترفين ينتمون إلى مجال عالم الصحافة، والذين يصون خبراتهم العملية في هذا التدريب،  
بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من المجتمعات الرائدة والجامعات المرموقة.

محتوى الوسائط المتعددة، المُعد بأحدث التقنيات التعليمية، سيُتيح التعلم المهني والسياقي، بما معناه، بيئة محاكاة ستوفر  
التعلم الغامر والميرج للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشاكل، حيث سيتعين على الطالب محاولة حل المواقف المختلفة المتعلقة  
بالممارسة المهنية التي تواجهه. لهذا، سيستفيد المحترف من نظام مبتكر من مقاطع الفيديو التفاعلية التي أنشأها خبراء  
معترف بهم في مجال الصحافة التلفزيونية وذوي خبرة كبيرة.

# الأهداف

يستهدف هذا البرنامج المتخصصين في مجال الصحافة، حتى يتمكنوا من اكتساب الأدوات اللازمة للتطور في هذا المجال تحديداً، والتعرف على أحدث الاتجاهات والتعمق في تلك القضايا التي تشكل طبيعة هذا المجال. فقط من خلال التحضير المناسب، سيكون الصحفي قادراً على تجسيد ما يريد من خلال التلفزيون.





من خلال هذا الماجستير الخاص المعتمد نرغب في تحقيق هدفنا في التميز التعليمي لكي تتمكن من التخصص في هذا القطاع الواسع من الاتصالات"



الهدف العام



♦ تحقيق المعرفة اللازمة لكتابة ونقل المعلومات، من خلال الأنواع الصحفية المختلفة، في شكل تلفزيوني



طور مهاراتك لتصبح صحفياً متعدد  
الاستخدامات في طليعة أحدث الاتجاهات"



## الأهداف المحددة

### الوحدة 1 نظرية الصحافة

- ♦ إتقان التقليد الصحفي منذ بداياته وحتى الوقت الحاضر، مع الاهتمام بوسائل الإعلام الرئيسية والصحفيين والتغطية الإخبارية ذات الصلة
- ♦ تحليل أنواع الصحف الموجودة ومحتوياتها
- ♦ توثيق عمليات المعلومات وإدارة التقنيات الجديدة المتعلقة بمعالجة المستندات
- ♦ التعرف على الأدوات الصحفية الرئيسية ومعايير اختيارها
- ♦ التعبير عن الرأي العام والتصرف بناءً عليه، باستخدام جميع الأساليب واللغات والدعم التكنولوجي المتاح للصحافة اليوم (الصحافة والإذاعة والتلفزيون والشبكات)
- ♦ معرفة وتحليل عناصر الصحافة

### الوحدة 2. نظرية الإعلان

- ♦ فهم النظريات المتعلقة بالإعلان والتسويق والعلاقات العامة و التواصل المؤسسي
- ♦ التعرف على نشأة الإعلان وتطوره وأثره الاقتصادي والاجتماعي
- ♦ التعرف على كيفية وصف هيكل وكالات الإعلان
- ♦ التعرف على المفاهيم الأساسية حول الإعلان والتسويق
- ♦ تحديد كل وظيفة من وظائف إدارة شركة المعلومات، مع تسليط الضوء على تطبيقاتها الرئيسية

### الوحدة 3. التوثيق الإعلامي

- ♦ تحديد الملفات المهنية للصحفيين، وكذلك المهارات الأساسية المطلوبة منه في أداء ممارسته المهنية
- ♦ تحديد موقع المعلومات والبحث عنها واستخدامها، وتقديم لمحة عامة عن الوضع الحالي للتوثيق بمختلف جوانبه
- ♦ توثيق عمليات المعلومات وإدارة التقنيات الجديدة المتعلقة بمعالجة المستندات
- ♦ تقديم رؤية عملية لعمل صانع الأفلام الوثائقية في وسائل الإعلام
- ♦ إتقان عناصر مجتمع المعلومات والمعرفة

### الوحدة 4. التواصل البصري

- ♦ تنظيم المعرفة التواصلية المعقدة بطريقة متماسكة وعلاقتها بالعلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى
- ♦ ربط المعالم والاتجاهات الرئيسية في تاريخ الاتصالات وأثرها وتأثيرها على المجتمع
- ♦ فهم طبيعة الصور وإمكانياتها التواصلية
- ♦ معرفة المحددات للتواصل الفعال مع الجماهير الكبيرة والصغيرة، بما في ذلك التواصل غير اللفظي واستخدام لغة الجسد
- ♦ تحليل الإقناع الإعلاني من خلال الصور
- ♦ معرفة عميقة بالتصميم التحريري والصحفي

## الوحدة 5 السرد السمعي البصري

- ♦ فهم أهمية السرد السمعي البصري في مجال الاتصال الحالي
- ♦ إتقان المبادئ التوجيهية الأساسية التي تحكم الاتصال السمعي البصري لتطوير الأنواع الإذاعية المختلفة
- ♦ التعرف على خصائص الخطاب السمعي البصري
- ♦ التعرف على المفاهيم الأساسية للسرد البصري

## الوحدة 6. الاتصالات التلفزيونية

- ♦ تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائل الإعلام المختلفة
- ♦ معرفة عناصر وأشكال وعمليات اللغات الإعلانية وغيرها من أشكال الاتصالات المقنع
- ♦ امتلاك مهارات التواصل الشفهي والكتابي لنقل الأفكار والقرارات بوضوح ودقة في العرض التقديمي
- ♦ حلول المشاكل التي تنشأ في الممارسة المهنية
- ♦ تحليل الرسالة على شاشة التلفزيون

## الوحدة 7 الصحافة التلفزيونية

- ♦ معرفة كيفية وضع الاتصال في سياق العلوم الاجتماعية الأخرى
- ♦ قراءة وتحليل النصوص والوثائق المتخصصة حول أي موضوع ذي صلة ومعرفة كيفية تلخيصها أو تكييفها باستخدام لغة أو معجم مفهوم لأغلبية الجمهور
- ♦ التواصل والإعلام بلغة كل من وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة، التصوير، الراديو، التلفزيون)، بأشكالها الحديثة المدمجة (الوسائط المتعددة) أو على المنصات الرقمية الجديدة (الإنترنت)، من خلال النص الفائق
- ♦ استرجاع وتنظيم وتحليل وترتيب ومعالجة المعلومة والاتصال
- ♦ معرفة وتحليل تنظيم التحرير في قناة تلفزيونية



### الوحدة 8. الصحافة الرياضية

- ♦ كتابة المقالات الصحفية في مجال الرياضة وفقاً لمواصفات الأنواع المعلوماتية المختلفة (أخبار، والتفسير العمود الصحفي، والمقابلة، والتقارير) والرأي (الافتتاحية، وعمود، والمقال، وما إلى ذلك)
- ♦ معرفة خفايا الصحافة الرياضية
- ♦ تحليل البرامج الرياضية في التلفزيون
- ♦ تحليل اتجاهات البرامج الرياضية على التلفزيون

### الوحدة 9. الصحافة الثقافية

- ♦ التعرف على أهمية الثقافة في المجال الصحفي
- ♦ تحليل النصوص الصحفية المرتبطة بالمجال الثقافي والفني
- ♦ تحليل المحتويات الثقافية في القنوات المختلفة للتواصل
- ♦ كتابة نصوص تتوافق مع الأنواع الصحفية المختلفة من المعلومات والتفسير والرأي، المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بنشر الثقافة

### الوحدة 10. شركة المعلومات

- ♦ فهم النظريات المتعلقة بالإعلان والتسويق والعلاقات العامة والاتصال المؤسسي
- ♦ تحديد الوظائف والاستراتيجيات التي تعتمدها المنظمات لتكون حاضرة في وسائل الإعلام أو أو تعزيز التواصل بشكل أفضل مع العملاء والموردين والموظفين
- ♦ فهم الآليات اللازمة على المستوى التنظيمي لتطوير الجوانب المختلفة لشركة إعلامية وأدائها في سياق عالمي
- ♦ التعرف على أنواع الشركات الإعلامية الموجودة
- ♦ معرفة كيفية هيكل شركة معلوماتية



# الكفاءات

بعد اجتياز تقييمات الماجستير الخاص في الصحافة التلفزيونية، سيكون المحترف قد اكتسب المهارات المهنية اللازمة للقيام بعمل عالي الجودة، كما سيكتسب مهارات وتقنيات جديدة تساعد على استكمال المعرفة التي كان يمتلكها سابقاً.

مع دراسة الماجستير الخاص هذا، ستكتسب المهارات اللازمة للارتقاء بأدائك إلى مستوى أعلى"



## الكفاءة العامة



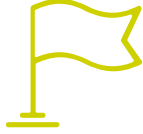
♦ كتابة المعلومات وإعلانها وبثها عبر التلفزيون

التحق بأفضل برنامج الماجستير الخاص في الصحافة والاتصالات الرقمية على الساحة الجامعية الحالية"

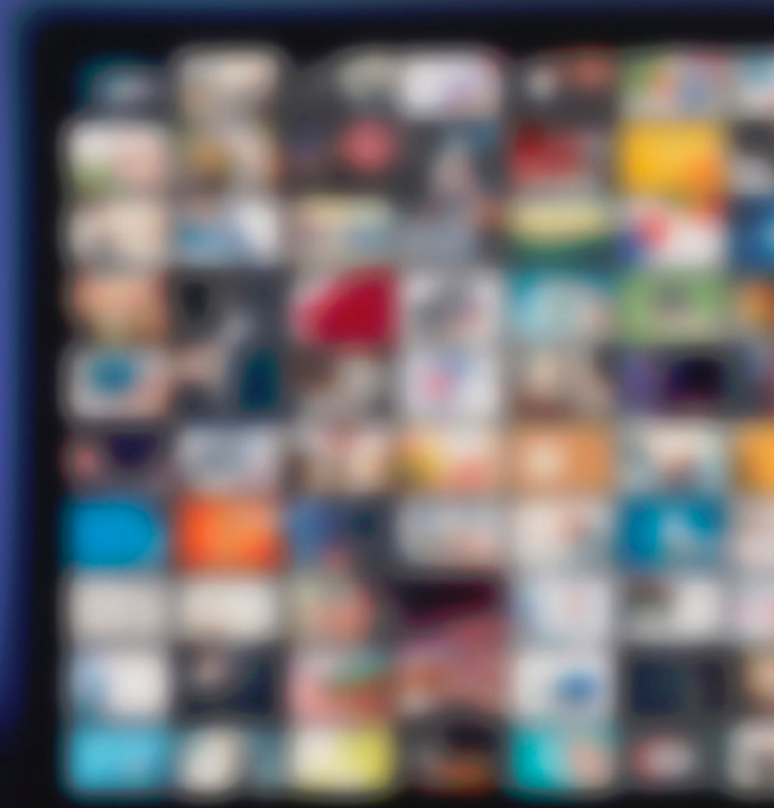




## الكفاءات المحددة



- ♦ تحديد عملية الاتصال وتحليل العناصر التي تشكلها
- ♦ التعرّف على الأدوات الصحفية الرئيسية وكيفية استخدامها
- ♦ الاستخدام الصحيح للصورة والتواصل غير اللفظي
- ♦ التواصل من خلال الصور
- ♦ التمييز بين الأنواع الصحفية المختلفة وتعلم كيفية استخدامها
- ♦ إنتاج منشورات بصيغة سمعية بصرية



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

المدرسون هم خبراء في مجال الصحافة التلفزيونية، ولديهم خبرة واسعة في كل من الصناعة والتعليم. يتم اختيار هؤلاء المحترفين بناءً على مسيرتهم المهنية البارزة، حيث سيقدمون أحدث المعارف والممارسات ذات الصلة لتدريب الخريجين. بالإضافة إلى ذلك، ستجمع مقاربتهم التربوية بين النظرية والممارسة، مما يتيح للطلاب اكتساب مهارات محددة وتطوير تفكير نقدي بشأن التحديات الأخلاقية والتكنولوجية والسردية الخاصة بالصحافة التلفزيونية المعاصرة.



سيعمل المعلمون على تعزيز جو من التعاون  
والنقاش، مما يسهل تبادل الأفكار والخبرات  
التي تثري عملية التعلم"



## المدير الدولي المستضاف

Chris Rogers هو صحفي بارز في مجال التحقيقات ومقدم برامج، لديه خبرة واسعة في الصحافة الإذاعية وإنتاج الوثائقيات وبرامج الأخبار. في الواقع، قاده شغفه بإنشاء محتوى مؤثر إلى الفوز بالعديد من الجوائز، بما في ذلك جائزة BAFTA والعديد من ترشيحات EMMY.

في هذا الصدد، كان له دور فعال في تطوير وإنتاج وإخراج وثائقيات بحثية ورصدية، بالإضافة إلى برامج الأخبار للشبكات الهامة، مثل BBC و ITV و Sky بالإضافة إلى ذلك، كانت مساهمته الأكثر تميزاً هي الإنشاء والإنتاج التنفيذي للبرنامج الحائز على جائزة FYIBAFTA " للمعلومات الخاصة بك (For Your Info)"، لشبكة سكاى نيوز (Sky News)، والذي حصل على تقدير لتغطيته الأصلية وتأثيره في الوعي العام حول مواضيع ذات أهمية قصوى. إلى جانب عمله التلفزيوني، انخرط Chris Rogers في العمل الإذاعي، حيث عمل في محطات مثل BBC Radio، BBC Five Live، LBC، BBC World Service و London.

يجدر بالذكر أن عمله تناول مواضيع حساسة، مثل انتهاكات حقوق الإنسان، والحروب، والجريمة، والسياسة، والقضايا الاجتماعية، مما أحدث تأثيراً كبيراً على المستوى الدولي في هذا الصدد، تم الاعتراف به بتحقيقاته السرية التي كشفت عن الظروف اللاإنسانية في دور الأيتام في رومانيا وتركيا، مما أدى إلى إجراء تحقيقات على المستوى الأوروبي.

بالمثل، فيلمه الوثائقي "Duchess and Daughters" المهمة السرية" (The Secret Mission)، التي أخذت فيها دوقة يورك وبناتها متخفيين لتفقد ظروف دور الأيتام هذه بأنفسهن، كجزء من عملها الخيري، أثارت عاصفة دبلوماسية وحظيت باهتمام دولي كبير. بالإضافة إلى ذلك، وتُقدّم كتابه "Undercover" هذه التحقيقات وحقق نجاحاً كبيراً رغم التحديات القانونية، حيث وصل إلى قائمة العشرة الأوائل في قائمة الكتب الأكثر مبيعاً على موقع أمازون (Amazon).



## د. Chris Rogers

- ♦ مقدم برامج إذاعية في إذاعة Capital FM London في Global
- ♦ مذيع راديو Hallam FM في Hallam FM & Greatest Hits Radio
- ♦ مؤلف كتاب "Undercover"
- ♦ حائز على جائزة BAFTA
- ♦ بكالوريوس في دراسات الاتصال والإعلام من كلية جنوب شرق إسكس للفنون، المملكة المتحدة

- ♦ منتج ومدير تحقيقات Longform، على BBC، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ محرر برنامج Breakfast with Eamonn Holmes في أخبار GB News
- ♦ المدير الإبداعي والمنتج التنفيذي في Fresh Star Media
- ♦ المنتج التنفيذي ومحرر برنامج FYI: For Your Info في Sky News
- ♦ مقدم برنامج إذاعي في Sunday Morning في (Bauer Media Group)
- ♦ منتجة ومراسل، ITV Tonight (سلسلة أفلام وثائقية)، في استوديوهات ITV
- ♦ مقدم برامج ITV News، ITV London Tonight/Today في ITN
- ♦ مذيع ومحرر الأخبار المسائية في قناة LBC Nightly News في Global
- ♦ مراسل قناة Sky News ومقدم برنامج Weekday Afternoons في Sky News
- ♦ مذيع أخبار في RI:SE في Channel 4 Sky Production

بفضل TECH ستتمكن من التعلم  
مع أفضل المحترفين في العالم"



# الهيكل والمحتوى

تم تصميم هيكل المحتوى من قبل فريق من المتخصصين في مجال الصحافة الذين يدركون أهمية التدريب في الوقت الحالي من أجل تعميق معرفتهم وإنتاج أعمال ذات جودة احترافية باستخدام الأدوات الجديدة المتاحة.



يحتوي هذا الماجستير الخاص على برنامج  
التعلم الأكثر اكتمالا وتحديثا في السوق"



## الوحدة 1. نظرية الصحافة

- 5.1 تنظيم الصحيفة
  - 1.5.1 المقدمة
  - 2.5.1 هيكلان في واحد: الشركة ومكتب التحرير
  - 3.5.1 مبادئ التحرير
  - 4.5.1 اللوائح التحريرية
    - 1.4.5.1 أدوار التحرير
  - 5.5.1 الخاتمة: من النسخة الرقمية إلى النسخة الرقمية
- 6.1 العمل الصحفي
  - 1.6.1 المقدمة
  - 2.6.1 العمل الصحفي
  - 3.6.1 ما هي المصياغة وكيف يتم تنظيمها؟
  - 4.6.1 يوميًا
  - 5.6.1 التخطيط على المدى الطويل
  - 6.6.1 العمل الفردي والجماعي
    - 1.6.6.1 الوظائف الفردية
    - 2.6.6.1 الأعمال الجماعية
    - 3.6.6.1 كتب النمط
- 7.1 الأخلاق الصحفية
  - 1.7.1 المقدمة
  - 2.7.1 الأصل والتطور التاريخي
    - 1.2.7.1 تقرير Hutchins
    - 2.2.7.1 تقرير McBride
  - 3.7.1 طريقة لتنظيم المهنة
  - 4.7.1 وظائف التنظيم الذاتي
  - 5.7.1 قواعد الأخلاق

- 1.1 تعريف الصحف وأنواعها
  - 1.1.1.1 المقدمة: دراسة الاتصال كعلم اجتماعي
  - 2.1.1 المفاهيم الرئيسية: الاتصال والإعلام والصحافة
  - 3.1.1 وسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع
  - 4.1.1 الصحف وعلاقتها بوسائل الإعلام الأخرى
    - 5.1.1.1 تعريف وخصائص المجلة
    - 1.5.1.1 التاريخ
    - 2.5.1.1 الموضوعات
    - 3.5.1.1 سعر البيع
    - 4.5.1.1 الشكل
    - 6.1.1 محتويات اليوميات
      - 1.6.1.1 أقسام
- 2.1 الأدوات الصحفية الرئيسية
  - 1.2.1 المقدمة
  - 2.2.1 الأدوات الصحفية الرئيسية
    - 3.2.1 معايير الاختيار
      - 1.3.2.1 ما هم؟
      - 2.3.2.1 التصنيفات
      - 3.3.2.1 العلاقة مع الأحداث الجارية
- 3.1 عناصر الصحيفة
  - 1.3.1 المقدمة
  - 2.3.1 عناصر الصحيفة
  - 3.3.1 عناصر مختلفة
- 4.1 الصحفي وقدراته أو مهاراته الصحفية
  - 1.4.1 المقدمة
  - 2.4.1 الصحفي ومهاراته أو قدراته الصحفية
  - 3.4.1 مناقشة حول المهنة الصحفية
  - 4.4.1 السلوكيات
    - 1.4.4.1 المواقف العملية
    - 2.4.4.1 المواقف الفكرية والأخلاقية



## 11.1. الصحافة كفاعل اجتماعي

- 1.11.1. المقدمة
- 2.11.1. الصحيفة كمتبرمج ووسيط
- 3.11.1. الصحيفة كعضو في النظام السياسي وكنظام شبه سياسي
- 4.11.1. الصحيفة باعتبارها مخبرًا ومحاوِرًا سياسيًا زائماً
- 5.11.1. الصحيفة باعتبارها متلقية لسياسات الاتصال الخاصة بالجهات الاجتماعية الفاعلة الأخرى

## الوحدة 2. نظرية الإعلان

- 1.2. أساسيات الإعلان
  - 1.1.2. المقدمة
  - 2.1.2. أساسيات الإعلان والتسويق
    - 1.2.1.2. تسويق
    - 2.2.1.2. الدعاية
  - 3.1.2. الإعلان والعلاقات العامة والدعاية
  - 4.1.2. الأبعاد الاجتماعية للإعلان المعاصر ونطاقه
  - 5.1.2. الإعلان الناجح: KFC
- 2.2. تاريخ الإعلان
  - 1.2.2. المقدمة
  - 2.2.2. الأصل
  - 3.2.2. الثورة الصناعية والإعلان
  - 4.2.2. تطوير صناعة الإعلان
  - 5.2.2. الإعلان في عالم الإنترنت
  - 6.2.2. الإعلان الناجح: دراسة حالة Coca-Cola
- 3.2. الإعلان وأبطاله: 1: المعلن
  - 1.3.2. المقدمة
  - 2.3.2. أداء صناعة الإعلان
  - 3.3.2. أنواع المعلنين
  - 4.3.2. الإعلان في المخطط التنظيمي للشركة
  - 5.3.2. الإعلان الناجح: دراسة حالة Facebook

## 8.1. أنواع الصحافة

- 1.8.1. المقدمة
- 2.8.1. الصحافة الاستقصائية
- 1.2.8.1. صفات الصحفي الاستقصائي
- 2.2.8.1. مخطط Williams
- 3.2.8.1. تقنيات البحث والابتكار
- 3.8.1. الصحافة الدقيقة
- 1.3.8.1. التخصصات الصحفية الدقيقة
- 4.8.1. صحافة الخدمة
- 1.4.8.8.1. الخصائص الموضوعية
- 5.8.1. التخصص الصحفي
- 6.8.1. تطوير المعلومات المتخصصة
- 9.1. الصحافة والبلاغة
  - 1.9.1. المقدمة
  - 2.9.1. الفصل بين المعلومات والرأي
  - 3.9.1. نظريات الأنواع الصحفية
  - 4.9.1. مساهمات البلاغة
  - 5.9.1. الإلقاء أو فن الخطابة
- 10.1. الصحافة كفاعل سياسي
  - 1.10.1. المقدمة
  - 2.10.1. الصحيفة حسب المنظرين
  - 3.10.1. الصحيفة فاعل في الصراع
  - 1.3.10.1. الصحيفة كوسيلة تواصل
  - 2.3.10.1. الصحيفة على المستويات الخارجية، المشتركة، الداخلية
  - 4.10.1. الصحيفة كصناعة للسلام
  - 1.4.10.1. آلية الإنذار
  - 2.4.10.1. خالق الأجواء، مُعَيِّن من أجل السلام
  - 5.10.1. الصحيفة كنظام معقد لخلق وحل المشكلات
  - 6.10.1. الصحيفة كمؤسسة تبشيرية
  - 7.10.1. الصحيفة هي قمة مثلث علاقات الحب والكراهية
  - 8.10.1. الصحيفة باعتبارها الراوي والمشارك في الصراعات

- 9.2 تخطيط الوسائل الإعلانية
  - 1.9.2 المقدمة
  - 2.9.2 الوسائل والتخطيط
  - 3.9.2 وسائل الإعلام الإعلانية وتصنيفها
  - 4.9.2 أدوات تخطيط وسائل الإعلام
  - 5.9.2 الإعلان الناجح: Pepsi
- 10.2 الإعلان والمجتمع والثقافة
  - 1.10.2 المقدمة
  - 2.10.2 العلاقة بين الإعلان والمجتمع
  - 3.10.2 الإعلان والعواطف
  - 4.10.2 الإعلان والموضوعات والأشياء
  - 5.10.2 الإعلان الناجح: Burger King

### الوحدة 3. التوثيق الإعلامي

- 1.3 مقدمة في التوثيق كعلم
  - 1.1.3 المقدمة
  - 2.1.3 مجتمع المعلومات والمعرفة
  - 3.1.3 المعلومات والتوثيق
  - 4.1.3 تعريف التوثيق
  - 5.1.3 نشأة التوثيق كعلم
  - 6.1.3 مراكز التوثيق
- 2.3 تاريخ وخصائص التوثيق المعلوماتي
  - 1.2.3 المقدمة
  - 2.2.3 تاريخ التوثيق المعلوماتي
  - 3.2.3 الخصائص العامة للتوثيق المعلوماتي
  - 4.2.3 مبادئ التوثيق المعلوماتي
  - 5.2.3 وظائف التوثيق المعلوماتي
- 3.3 المقالة الصحفية 3. العناوين، المداخل ووسائل الأسلوب
  - 1.3.3 المقدمة
  - 2.3.3 عناوين المقالات
  - 3.3.3 أنواع المقدمات
  - 4.3.3 الجسم: الموارد الرئيسية للأسلوب
  - 5.3.3 الأعمال المرجعية: المفهوم والتصنيف

- 4.2 الإعلان وأبطاله 2: وكالات الإعلان
  - 1.4.2 المقدمة
  - 2.4.2 وكالة الإعلان: متخصصو الدعاية الإعلانية
  - 3.4.2 الهيكل التنظيمي لوكالات الإعلان
  - 4.4.2 أنواع وكالات الإعلان
  - 5.4.2 إدارة الأجرور في وكالات الإعلان
  - 6.4.2 الإعلان الناجح: Nike
- 5.2 الإعلان وأبطاله 3: متلقي الإعلانات
  - 1.5.2 المقدمة
  - 2.5.2 متلقي الإعلان وسياقه
  - 3.5.2 متلقي الإعلان كمستهلك
  - 4.5.2 الاحتياجات والرغبات في الإعلان
  - 5.5.2 الإعلان والذاكرة: بشأن كفاءة الإعلان
  - 6.5.2 الإعلان الناجح: دراسة حالة IKEA
- 6.2 عملية إنشاء الإعلانات 1: من المعلن إلى الوسائط
  - 1.6.2 المقدمة
  - 2.6.2 الجوانب الأولية لعملية إنشاء الإعلانات
  - 3.6.2 موجز الإعلان أو موجز الاتصالات
  - 4.6.2 الاستراتيجية الإبداعية
  - 5.6.2 استراتيجية وسائل الاعلام
  - 1.5.6.2 الإعلان الناجح: Apple
- 7.2 عملية إنشاء الإعلان 2: الإبداع والإعلان
  - 1.7.2 المقدمة
  - 2.7.2 أساسيات العمل الإبداعي للمعلنين
  - 3.7.2 الإبداع الإعلاني ووضعه التواصل
  - 4.7.2 العمل الإبداعي في الإعلان
  - 5.7.2 الإعلان الناجح: دراسة حالة ريال مدريد (Real Madrid)
- 8.2 عملية إنشاء الإعلانات 3: تصميم وتطوير البيان الإعلاني
  - 1.8.2 المقدمة
  - 2.8.2 التصور والاستراتيجية الإبداعية
  - 3.8.2 عملية التصور الإبداعي
  - 4.8.2 المسارات العشرة الأساسية للإبداع وفقاً لـ Luis Bassat: أنواع الإعلان
  - 5.8.2 الصيغ الاعلانية
  - 6.8.2 الإعلان الناجح: McDonald's

- 9.3 التوثيق السمعي البصري
  - 1.9.3 المقدمة
  - 2.9.3 الوثيقة السمعية البصرية
  - 3.9.3 التوثيق التلفزيوني
  - 4.9.3 التحليل الوثائقي للصورة المتحركة في
  - 5.9.3 التوثيق السينمائي
- 10.3 التوثيق في الصحافة المطبوعة والرقمية وفي مكاتب التواصل
  - 1.10.3 المقدمة
  - 2.10.3 خدمة التوثيق الأساسية في الوسائط المطبوعة
  - 3.10.3 العملية التوثيقية في الوسائط الرقمية
  - 4.10.3 خدمة التوثيق في الكتابة الرقمية
  - 5.10.3 التوثيق في مكاتب التواصل

## الوحدة 4. التواصل البصري

- 1.4 التواصل البصري
  - 1.1.4 المقدمة
  - 2.1.4 التواصل البصري ومحو الأمية البصرية
    - 1.2.1.4 تعلم الثقافة البصرية
    - 2.2.1.4 اللغة الطبيعية أو اللغة التعسفية
  - 3.1.4 صفات الاتصال البصري
    - 1.3.1.4 الفورية
    - 2.3.1.4 القواعد الأساسية للاختبار والتحقق والاستشهاد والمراجع البليوغرافية
    - 3.3.1.4 درجة تعقيد الرسالة
  - 4.1.4 تعريف الاتصال البصري
- 2.4 التصميم الجرافيكي
  - 1.2.4 المقدمة
  - 2.2.4 التصميم
    - 3.2.4 التصميم الجرافيكي
      - 1.3.2.4 الرسومات
      - 2.3.2.4 التصميم والفن
    - 4.2.4 التصميم الجرافيكي والاتصالات
    - 5.2.4 مجالات تطبيق التصميم الجرافيكي

- 4.3 التحليل الوثائقي 1
  - 1.4.3 المقدمة
  - 2.4.3 السلسلة الوثائقية
  - 3.4.3 الاختيار الوثائقي
  - 4.4.3 التحليل الوثائقي
  - 5.4.3 الفهرسة
  - 6.4.3 الوصف الوثائقي والمدخل البليوغرافي
- 5.3 التحليل الوثائقي 2
  - 1.5.3 المقدمة
  - 2.5.3 التصنيف
  - 3.5.3 الفهرسة
  - 4.5.3 التلخيص
  - 5.5.3 المرجع الوثائقي
  - 6.5.3 اللغات الوثائقية
  - 6.3 استرجاع المعلومات وقواعد البيانات
    - 1.6.3 المقدمة
    - 2.6.3 استرجاع المعلومات
    - 3.6.3 أنظمة إدارة قواعد البيانات
    - 4.6.3 لغات الاستعلام ومعدلات البحث
    - 5.6.3 تقييم استرجاع المعلومات
    - 6.6.3 قواعد البيانات
- 7.3 التوثيق الفوتوغرافي
  - 1.7.3 المقدمة
  - 2.7.3 الصورة
  - 3.7.3 الوثيقة الفوتوغرافية
  - 4.7.3 معايير الاختيار الفوتوغرافي
  - 5.7.3 التحليل الوثائقي للصور الفوتوغرافية
- 8.3 التوثيق الإذاعي
  - 1.8.3 المقدمة
  - 2.8.3 خصائص الوثيقة الصوتية
  - 3.8.3 تصنيف الوثائق الإذاعية
  - 4.8.3 الأرشيفات الإذاعية
  - 5.8.3 التحليل الوثائقي للمعلومات الصوتية
  - 6.8.3 التوثيق المعلوماتي في الإذاعة



- 3.4 . خلفية وتطور الاتصال البصري
  - 1.3.4 . المقدمة
  - 2.3.4 . مشكلة الأصل
  - 3.3.4 . عصور ما قبل التاريخ
  - 4.3.4 . العصر القديم
    - 1.4.3.4 . اليونان
    - 2.4.3.4 . روما
    - 5.3.4 . العصور الوسطى
    - 6.3.4 . عصر النهضة: ظهور المطبعة في أوروبا
    - 7.3.4 . من القرن السادس عشر إلى القرن الثامن عشر
    - 8.3.4 . القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين
- 4.4 . معنى الرسائل المرئية
  - 1.4.4 . المقدمة
  - 2.4.4 . الصورة، كائن دال
  - 3.4.4 . الجودة التمثيلية للصورة: الأيقونية
    - 1.3.4.4 . النوع، النمط (Pattern) والشكل (Form)
    - 4.4.4 . الجودة البلاستيكية للصورة
      - 1.4.4.4 . العلامة البلاستيكية
      - 5.4.4 . الجودة الرمزية
      - 6.4.4 . رموز مرئية أخرى
  - 5.4 . الإقناع
    - 1.5.4 . المقدمة
    - 2.5.4 . الإقناع الإعلاني
    - 3.5.4 . الخصائص

- .6.4 العناصر المتعلقة بتمثيل الصورة
  - 1.6.4 المقدمة
  - 2.6.4 العناصر المتعلقة بتمثيل الصورة
  - 3.6.4 صياغة تمثيل الصورة
    - 1.3.6.4 مفهوم التمثيل
    - 2.3.6.4 صياغة التمثيل
    - 3.3.6.4 أهمية البلاستيك
  - 4.6.4 العناصر المورفولوجية للصورة
  - 5.6.4 عناصر الصورة العددية
    - 1.5.6.4 الحجم
    - 2.5.6.4 المقياس
    - 3.5.6.4 النسبة
    - 4.5.6.4 النموذج
- .7.4 التكوين
  - 1.7.4 المقدمة
  - 2.7.4 التكوين أو بناء الجملة البصرية
  - 3.7.4 التوازن
  - 4.7.4 العناصر الديناميكية للتمثيل
  - 5.7.4 التكوين المعياري
- .8.4 اللون والضوء
  - 1.8.4 المقدمة
  - 2.8.4 الضوء واللون والإدراك
    - 1.2.8.4 الضوء وطيف الألوان المرئي
    - 2.2.8.4 إدراك الضوء والألوان
    - 3.2.8.4 القدرة التكيفية للجهاز الإدراكي
    - 4.2.8.4 درجة حرارة اللون لمصدر الضوء
  - 3.8.4 الألوان الأساسية
  - 4.8.4 تقنيات إعادة إنتاج الألوان الأساسية
  - 5.8.4 أبعاد اللون
  - 6.8.4 أنواع التناغم وبناء اللوحة
  - 7.8.4 وظائف البلاستيك من اللون



- 3.5 . القصة ومحاور السرد
  - 1.3.5 . المقدمة
  - 2.3.5 . التاريخ
  - 3.3.5 . العمل الروائي
  - 4.3.5 . الوقت
  - 5.3.5 . المكان
  - 6.3.5 . الصوت.
- 4.5 . بناء الخطاب السمعي البصري: النص
  - 1.4.5 . المقدمة
  - 2.4.5 . النص
  - 3.4.5 . الفكرة
  - 4.4.5 . الأنواع
    - 1.4.4.5 . سينما الرعب والروعة
    - 2.4.4.5 . سينما الحرب
    - 3.4.4.5 . الكوميديا
    - 4.4.4.5 . الموسيقية
    - 5.4.4.5 . الوثائقي
    - 5.4.4.5 . الشخصيات والحوار
  - 6.4.5 . النص الأدبي مقابل السيناريو الفني
- 5.5 . نظرية وتحليل المونتاج السينمائي
  - 1.5.5 . المقدمة
  - 2.5.5 . تعريف التجميع
  - 3.5.5 . الوحدات الأساسية للسرد السينمائي
  - 4.5.5 . المقاربات النظرية الأولى
  - 5.5.5 . أنواع التركيب
  - 6.5.5 . التحرير غير المرئي: الربط (Raccord) مسرد الجمعية
- 6.5 . السرد السينمائي: من الأصول إلى ما بعد الحداثة
  - 1.6.5 . المقدمة
  - 2.6.5 . أصول السينما
  - 3.6.5 . سينما الأصول: التعبير عن الزمكان
  - 4.6.5 . الطليعة والسينما
  - 5.6.5 . سينما هوليوود
  - 6.6.5 . السينما الفنية والمقال
  - 7.6.5 . السينما المعاصرة

- 9.4 . الطباعة
  - 1.9.4 . المقدمة
  - 2.9.4 . الهيكل الرسمي وقياس الأنواع
  - 3.9.4 . تصنيف الخط
  - 4.9.4 . تكوين النص
  - 5.9.4 . المشاكل التي تؤثر على سهولة القراءة
- 10.4 . التصميم التحريري والرسوم البيانية
  - 1.10.4 . المقدمة
  - 2.10.4 . تصميم التحرير
  - 3.10.4 . الرسوم البيانية
- 11.4 . التصميم الصحفي من وجهة نظر نظرية الصورة.
  - 1.11.4 . المقدمة
  - 2.11.4 . وظائف التصميم الصحفي
  - 3.11.4 . ملاحظة أخيرة لمصطلح التصميم الصحفي
  - 4.11.4 . التعسف أو طبيعية التصميم الصحفي
  - 5.11.4 . صياغة اللغة البصرية للتصميم الصحفي

## الوحدة 5. السرد السمعي البصري

- 1.5 . السرد السمعي البصري
  - 1.1.5 . المقدمة
  - 2.1.5 . المفاهيم الأساسية للسرد السمعي البصري
  - 3.1.5 . النهج المنهجي
  - 4.1.5 . خصوميات الخطاب السمعي البصري
  - 5.1.5 . اللغة السمعية البصرية
  - 6.1.5 . الصورة
  - 7.1.5 . الصوت.
- 2.5 . الكلام والبيان يبقى
  - 1.2.5 . المقدمة
  - 2.2.5 . وظائف القصة
  - 3.2.5 . بناء النص السردى
  - 4.2.5 . الحالات المعلنة
  - 5.2.5 . أنواع الرواية
  - 6.2.5 . الاستهداف
  - 7.2.5 . الراوي

## الوحدة 6. الاتصالات التلفزيونية

- 1.6. الرسالة على شاشة التلفزيون
  - 1.1.6. المقدمة
  - 2.1.6. الرسالة على شاشة التلفزيون
  - 3.1.6. التلفزيون باعتباره اتحاد الصورة الديناميكية والصوت
- 2.6. تاريخ وتطور الوسيلة التلفزيونية
  - 1.2.6. المقدمة
  - 2.2.6. أصل الوسيلة التلفزيونية
  - 3.2.6. التاريخ والتطور في عالم الإعلام التلفزيوني
- 3.6. الأنواع والأشكال في التلفزيون
  - 1.3.6. المقدمة
  - 2.3.6. الأنواع التلفزيونية
  - 3.3.6. التنسيقات التلفزيونية
- 4.6. السيناريو على التلفزيون
  - 1.4.6. المقدمة
  - 2.4.6. أنواع النصوص
  - 3.4.6. دور السيناريو على التلفزيون
- 5.6. البرامج التلفزيونية
  - 1.5.6. المقدمة
  - 2.5.6. التاريخ
  - 3.5.6. برمجة الكتلة
  - 4.5.6. البرمجة المتقاطعة
  - 5.5.6. البرمجة المضادة
- 6.6. اللغة والسرد على التلفزيون
  - 1.6.6. المقدمة
  - 2.6.6. اللغة في التلفزيون
  - 3.6.6. السرد على التلفزيون
- 7.6. تقنيات الكلام والتعبير
  - 1.7.6. المقدمة
  - 2.7.6. تقنيات التعليق الصوتي
  - 3.7.6. تقنيات التعبير

- 7.5. السينما الإعلامية: من الأفلام الإخبارية إلى الأفلام الوثائقية
  - 1.7.5. المقدمة
  - 2.7.5. السينما المعلوماتية
  - 3.7.5. النشرات الإخبارية السينمائية
  - 4.7.5. الوثائقي
  - 5.7.5. سينما الخيال المعلوماتية
  - 6.7.5. قيمة الأخبار كمصدر تاريخي
  - 8.5. الخطاب التلفزيوني: المعلومات والترفيه
    - 1.8.5. المقدمة
    - 2.8.5. الخطاب التلفزيوني
    - 3.8.5. سرد المعلومات السمعية والبصرية
    - 4.8.5. أنواع المعلومات السمعية والبصرية
    - 5.8.5. الترفيه المعلوماتي - (Infotainment)
    - 6.8.5. برامج ترفيهية
    - 7.8.5. القصة التليفزيونية الخيالية
  - 9.5. الخطاب الإعلاني المرئي والمسموع: الإعلان والمقطع الدعائي ومقطع الفيديو كليب
    - 1.9.5. المقدمة
    - 2.9.5. السرد الإعلاني في وسائل الإعلام السمعية البصرية
      - 1.2.9.5. البقعة
      - 2.2.9.5. المقطع الدعائي
      - 3.2.9.5. مقطع الفيديو
    - 10.5. وسائل الإعلام الجديدة والهياكل السردية في العصر الرقمي
      - 1.10.5. المقدمة
      - 2.10.5. النموذج الرقمي
      - 3.10.5. وسائل الإعلام الجديدة في القرن الحادي والعشرين
      - 4.10.5. الممارسات الإعلامية الجديدة
      - 5.10.5. حالة ما بعد المتوسطة

- 8.6 الإبداع في التلفاز
- 1.8.6 المقدمة
- 2.8.6 الإبداع في التلفاز
- 3.8.6 مستقبل التلفاز
- 9.6 الإنتاج
- 1.9.6 المقدمة
- 2.9.6 الإنتاج التلفزيوني
- 3.9.6 مرحلة ما قبل الإنتاج
- 4.9.6 الإنتاج والتسجيل
- 5.9.6 مرحلة ما بعد الإنتاج
- 10.6 التكنولوجيا والتقنيات الرقمية في التلفزيون
- 1.10.6 المقدمة
- 2.10.6 دور التكنولوجيا في التلفزيون
- 3.10.6 التقنيات الرقمية في التلفزيون

## الوحدة 7. الصحافة التلفزيونية

- 1.7 تنظيم التحرير والتغطية الإعلامية
- 1.1.7 المقدمة
- 2.1.7 التنظيم في تحرير قناة تلفزيونية
- 3.1.7 المنشورات
- 4.1.7 التغطية الإعلامية
- 2.7 الأخبار غير اليومية
- 1.2.7 المقدمة
- 2.2.7 الأخبار غير اليومية
- 1.2.2.7 أخبار نهاية الأسبوع
- 2.2.2.7 أخبار استثنائية
- 3.7 الأخبار اليومية
- 1.3.7 المقدمة
- 2.3.7 الأخبار اليومية
- 3.3.7 أنواع الأخبار
- 1.3.3.7 البارزة
- 2.3.3.7 الأخبار اليومية
- 3.3.3.7 برامج المقابلات
- 4.3.3.7 الترفيه المعلوماتي - (Infotainment)





## الوحدة 8. الصحافة الرياضية

- 1.8 . الصحافة الرياضية
  - 1.1.8 . المقدمة
  - 2.1.8 . الوقت الراهن
  - 3.1.8 . الجودة
  - 4.1.8 . الرياضات المحلية
- 2.8 . الأنواع: من الورق إلى الويب (web)
  - 1.2.8 . المقدمة
  - 2.2.8 . السياق
  - 3.2.8 . من المعلومة إلى الرأي
  - 4.2.8 . العناصر الرئيسية لتطوير القطع التفسيرية
  - 5.2.8 . مهارات الصحفي الرياضي
- 3.8 . البرامج الرياضية على شاشة التلفزيون
  - 1.3.8 . المقدمة
  - 2.3.8 . تطور البرامج الرياضية على شاشة التلفزيون
  - 3.3.8 . الاتجاهات
  - 4.8 . الاتجاهات والصيغ في الإذاعة الحالية
    - 1.4.8 . المقدمة
    - 2.4.8 . المذيع
    - 3.4.8 . الاتجاهات الجديدة في الإذاعة
  - 5.8 . قوة الصور في الصحافة الرياضية
    - 1.5.8 . المقدمة
    - 2.5.8 . الرياضة والصور
    - 3.5.8 . الصورة في الصحافة الرياضية
- 6.8 . السرديات الرقمية الجديدة في الصحافة الرياضية
  - 1.6.8 . المقدمة
  - 2.6.8 . السرديات متعددة الوسائط الجديدة
  - 3.6.8 . تحول الصوت والفيديو
  - 4.6.8 . صحافة البيانات
- 7.8 . لغة الصحفيين الرياضيين
  - 1.7.8 . المقدمة
  - 2.7.8 . الخصائص
  - 3.7.8 . مصادر مرجعية لدراساتها
  - 4.7.8 . مسؤولية الصحفي وموقفه الاستباقي

- 4.7 . التاريخ والتقرير والمقابلة
  - 1.4.7 . المقدمة
  - 2.4.7 . الوقائع
  - 3.4.7 . أنواع التقارير
  - 4.4.7 . أنواع المقابلة
- 5.7 . مدخل الدراسة
  - 1.5.7 . المقدمة
  - 2.5.7 . مدخل الدراسة
  - 3.5.7 . المداخل السمعية البصرية
- 6.7 . البرامج حسب الصيغ Reality-showg Magazines
  - 1.6.7 . المقدمة
  - 2.6.7 . تعريف مصطلح Magazine
  - 3.6.7 . تعريف مصطلح Reality-Show
- 7.7 . برامج متخصصة حسب المحتويات
  - 1.7.7 . المقدمة
  - 2.7.7 . الصحافة المتخصصة
  - 3.7.7 . البرامج المتخصصة
- 8.7 . الإنتاج التلفزيوني
  - 1.8.7 . المقدمة
  - 2.8.7 . الإنتاج التلفزيوني
  - 3.8.7 . مرحلة ما قبل الإنتاج
  - 4.8.7 . التصوير
  - 5.8.7 . رقابة التنفيذ
- 9.7 . معالجة المعلومات المباشرة والمتأخرة
  - 1.9.7 . المقدمة
  - 2.9.7 . معالجة المعلومات في البث المباشر
  - 3.9.7 . معالجة المعلومات المؤجلة
- 10.7 . تقنيات التحرير
  - 1.10.7 . المقدمة
  - 2.10.7 . تقنيات التحرير في التلفزيون
  - 3.10.7 . أنواع التحرير

- 4.9 مصادر الصحافة الثقافية
  - 1.4.9 المقدمة
  - 2.4.9 المصادر العامة للمعلومات الثقافية
  - 3.4.9 مصادر محددة للمعلومات السمعية البصرية عن الثقافة
- 5.9 الأجناس في المعلومات الثقافية
  - 1.5.9 المقدمة
  - 2.5.9 الخبر
  - 3.5.9 المقابلة
  - 4.5.9 التاريخ
  - 5.5.9 ريبورتاج
- 6.9 التنوع الحالي للمعلومات الثقافية في الصحافة والإذاعة والتلفزيون
  - 1.6.9 المقدمة
  - 2.6.9 المعلومات الثقافية في الصحافة
  - 3.6.9 المعلومات الثقافية على الراديو
  - 4.6.9 المعلومات الثقافية على التلفزيون
- 7.9 الثقافة والإنترنت
  - 1.7.9 المقدمة
  - 2.7.9 الثقافة والإنترنت
  - 3.7.9 فوائد الثقافة
- 8.9 التسويق الثقافي
  - 1.8.9 المقدمة
  - 2.8.9 التسويق الثقافي
  - 3.8.9 كيف يتم التسويق الثقافي؟
- 9.9 تحليل الثقافة
  - 1.9.9 المقدمة
  - 2.9.9 المنهج النظري والمنهجي للثقافة
  - 3.9.9 الثقافة والتواصل والمعنى
  - 4.9.9 الثقافة والتحديات
- 10.9 ثقافة الإنترنت والصحافة الرقمية للمحتويات الثقافية
  - 1.10.9 المقدمة
  - 2.10.9 تعريف الثقافة الإلكترونية
  - 3.10.9 الصحافة الرقمية للمحتويات الثقافية
  - 4.10.9 مفاتيح الصحافة الرقمية للمحتويات الثقافية

- 8.8 الرياضة النسائية ووسائل الإعلام
  - 1.8.8 المقدمة
  - 2.8.8 الرياضة ونوع الجنس
  - 3.8.8 المرأة والرياضة: الرياضة النسائية
  - 4.8.8 المرأة في الصحافة الرياضية
- 9.8 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الرياضة
  - 1.9.8 المقدمة
  - 2.9.8 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
  - 3.9.8 العواقب على الصحفيين والإعلاميين
  - 4.9.8 العواقب على الرياضيين والمشجعين
- 10.8 نحو نموذج جديد لإدارة الاتصال في المنظمات الرياضية
  - 1.10.8 المقدمة
  - 2.10.8 دور الاتصال المؤسسي في الرياضة
  - 3.10.8 الجهات الفاعلة في إدارة الاتصال الرياضي
  - 4.10.8 الاستنتاجات

## الوحدة 9. الصحافة الثقافية

- 1.9 مفهوم وحدود الصحافة الثقافية
  - 1.1.9 المقدمة: مفهوم الثقافة
  - 2.1.9 المعلومات الثقافية للفن
  - 3.1.9 المعلومات الثقافية للفنون المسرحية
  - 4.1.9 المعلومات الثقافية للسينما
  - 5.1.9 المعلومات الثقافية للموسيقى
  - 6.1.9 المعلومات الثقافية للكتب
- 2.9 أصول الصحافة الثقافية
  - 1.2.9 المقدمة
  - 2.2.9 أصول المعلومات الثقافية في الصحافة
  - 3.2.9 أصول المعلومات الثقافية على الراديو
  - 4.2.9 أصول المعلومات الثقافية على التلفزيون
- 3.9 ممارسة الصحافة الثقافية
  - 1.3.9 المقدمة
  - 2.3.9 اعتبارات عامة
  - 3.3.9 عوامل الاهتمام ومعايير التقييم لإعداد المعلومات الثقافية

- 7.10. التسويق (Marketing) الإعلامي والتخطيط الاستراتيجي
  - 1.7.10. المقدمة
  - 2.7.10. ما هو التسويق (Marketing) ؟
  - 3.7.10. التسويق (Marketing) التشغيلي
  - 4.7.10. العناصر الاربعة (P 4) للتسويق (Marketing)
  - 8.10. توزيع وترويج المنتج الإعلامي
    - 1.8.10. المقدمة
    - 2.8.10. التوزيع.
    - 3.8.10. ترويج المنتجات الإعلامية: ترويج المبيعات وترويج الإعلانات
  - 9.10. نشر المعلومات وجلسات الاستماع
    - 1.9.10. المقدمة
    - 2.9.10. ماذا نفهم من نشر المعلومات؟
    - 3.9.10. ما فائدة نشر المعلومات؟
    - 4.9.10. مؤشرات النشر و الاستماع
  - 10.10. الموارد البشرية وإدارة الأعمال
    - 1.10.10. المقدمة
    - 2.10.10. مسؤولية الشركة الإعلامية في إدارة الأفراد
    - 3.10.10. التحفيز الوظيفي
    - 4.10.10. إدارة الشركة الإعلامية

## الوحدة 10. شركة المعلومات

- 1.10. مفهوم وتطور الشركة الإعلامية
  - 1.1.10. ما هي الشركة الإعلامية؟
  - 2.1.10. خصائص الشركة الصحفية
  - 3.1.10. أنواع الشركات الإعلامية
- 2.10. تنظيم الشركة الإعلامية
  - 1.2.10. المقدمة
  - 2.2.10. ما هو تنظيم الشركة؟
  - 3.2.10. كيف تُبنى شركة إعلامية؟
  - 4.2.10. نماذج الهياكل التنظيمية
- 3.10. الهيكل متعدد الوسائط للشركة الإعلامية
  - 1.3.10. المقدمة
  - 2.3.10. الهيكل متعدد الوسائط للشركة الإعلامية
  - 3.3.10. من الشركة الإعلامية إلى التكتل متعدد الوسائط
  - 4.3.10. تركيز وسائل الإعلام: الأسباب والنتائج
  - 5.3.10. المجموعات الكبيرة للإعلام
- 4.10. تسويق منتج الشركة الإعلامية
  - 1.4.10. المقدمة
  - 2.4.10. خصائص التسويق في الشركة الإعلامية
  - 3.4.10. التسويق حسب قناة التوزيع
  - 4.4.10. التسويق في الشركة الرقمية
  - 5.10. الدخل والنفقات في الشركة الإعلامية
    - 1.5.10. المقدمة
    - 2.5.10. الشركة الإعلامية في البيئة الاقتصادية
    - 3.5.10. دورة الإنتاج في الشركة الإعلامية
    - 4.5.10. الهيكل الاقتصادي للشركة الإعلامية
    - 6.10. خطة الشركة الإعلامية
      - 1.6.10. المقدمة
      - 2.6.10. ظروف ريادة الأعمال والعمل الحر في السوق الإعلامي
      - 3.6.10. إنشاء شركة إعلامية
      - 4.6.10. خطة الشركة الإعلامية
      - 5.6.10. الفرص التجارية للشركة الإعلامية

تجربة تدريبية فريدة ومهمة  
وحاسمة لتعزيز تطورك المهني"

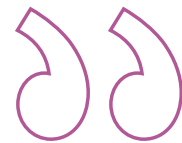


# المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).

اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"





## منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة  
طريقة تعلم تهز أسس الجامعات  
التقليدية في جميع أنحاء العالم"

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة  
التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي  
وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

## منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

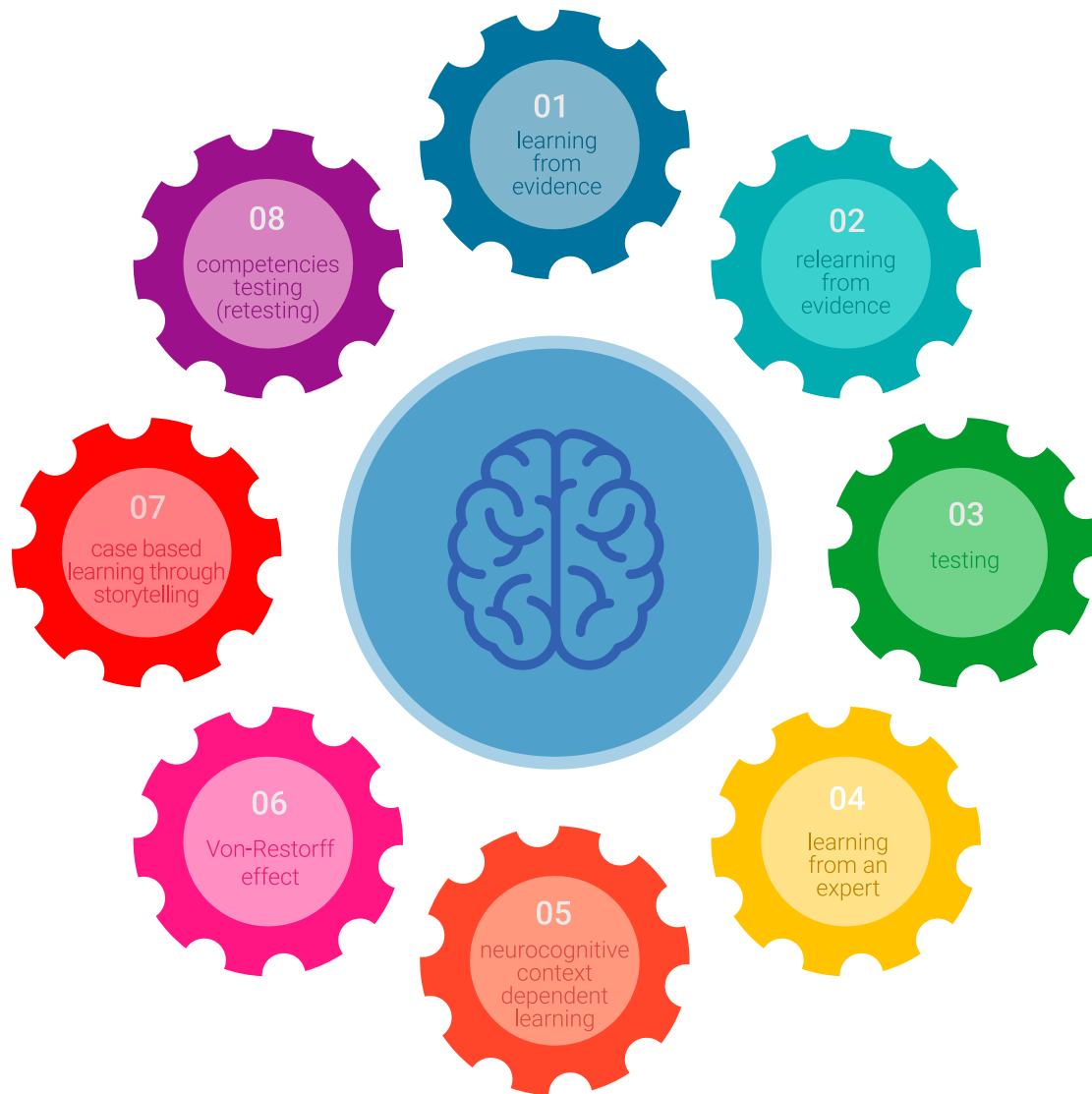
إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات  
جديدة في بيئات غير مستقرة  
ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية"

كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد. أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية  
والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة  
في بيئات العمل الحقيقية.



### منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة الإسبانية في العالم.

في TECH تتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

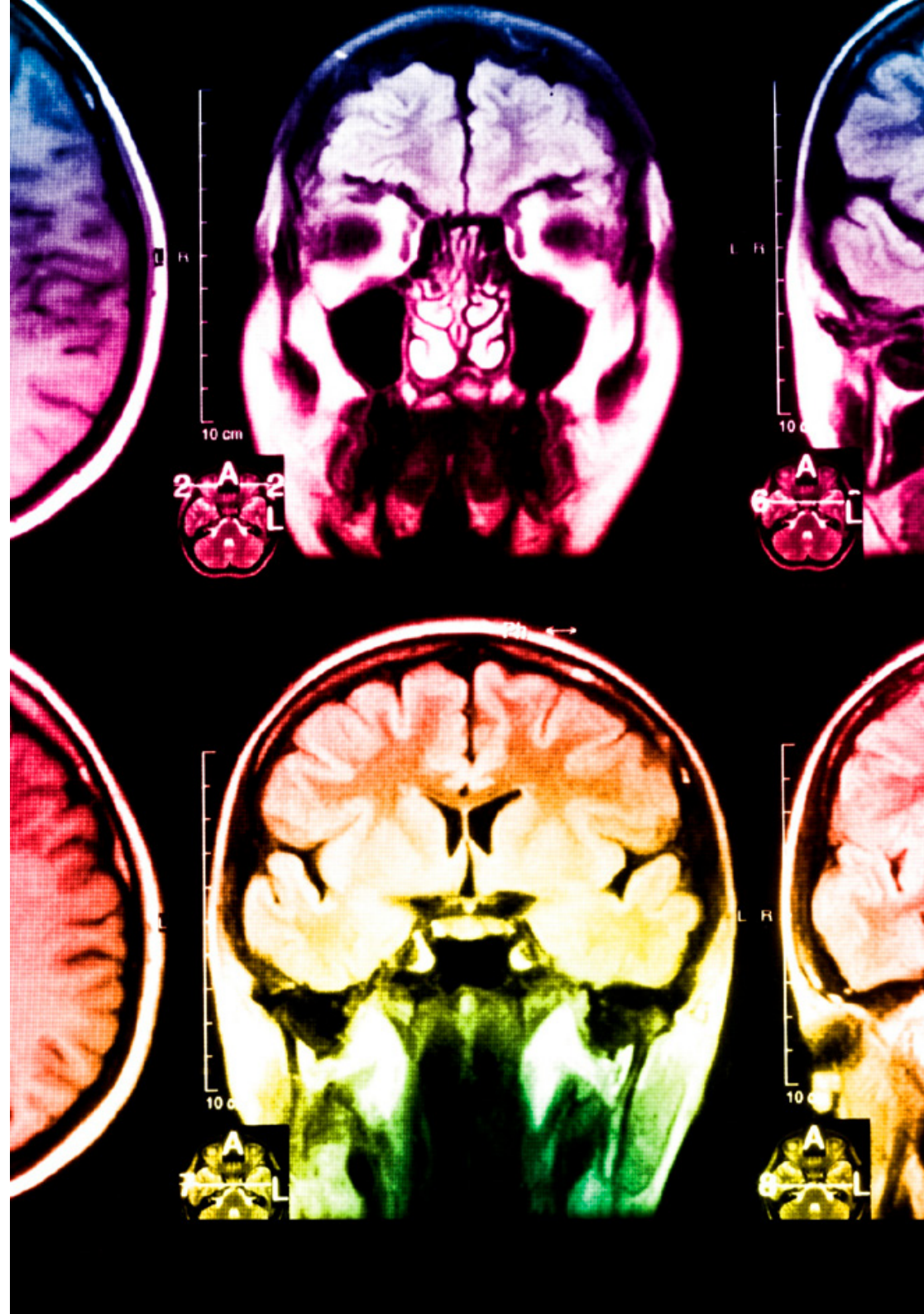


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحُصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



## يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

### المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموماً حقاً.

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

### المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم.

إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

### التدريب العملي على المهارات والكفاءات

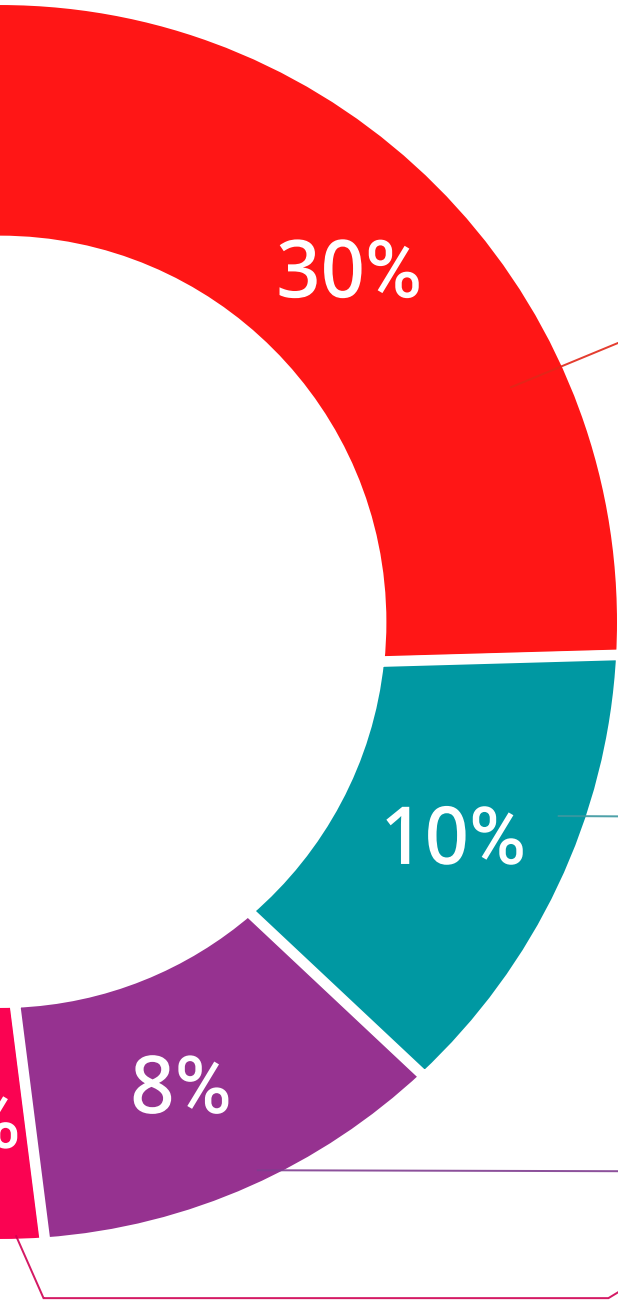


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات للاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

### قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





#### دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



#### ملخصات تفاعلية

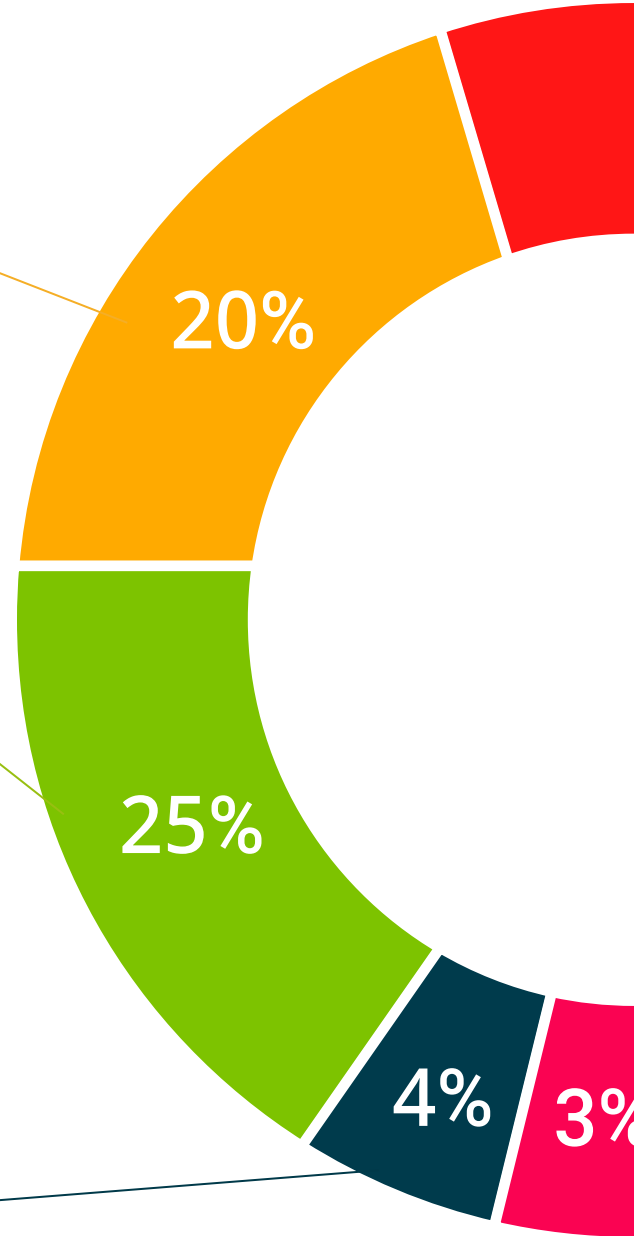
يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية"



#### الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



# المؤهل العلمي

يضمن الماجستير الخاص في الصحافة التليفزيونية بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائة، الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية  
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



إن المؤهل الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية** سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج الماجستير الخاص وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: **ماجستير خاص في الصحافة التلفزيونية**

طريقة الدراسة: **عبر الإنترنت**

مدة الدراسة: **12 شهر**

تحتوي درجة **الماجستير الخاص في الصحافة التلفزيونية** على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثة في السوق. بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

**ماجستير خاص في الصحافة التلفزيونية**

التوزيع العام للوحدة الدراسية		التوزيع العام للوحدة الدراسية	
النوع	الدرجة	نوع المادة	عدد الساعات
1*	نظرية الصحافة	(OB) إجباري	1500
1*	نظرية التفتيش	(OP) اختياري	0
1*	التوثيق التفاعلي	(PR) الممارسات الخارجية	0
1*	التواصل العمري	(TFM) مشروع تخرج الماجستير	الإجمالي 1500
1*	المسرد الصحفي العمري		
1*	الاعتمادات التلفزيونية		
1*	الصحافة التلفزيونية		
1*	الصحافة الرياضية		
1*	الصحافة الثقافية		
1*	شبكة المعلومات		

**tech** الجامعة التكنولوجية

*Tere Guevara*  
أ.د. / Tere Guevara Navarro  
رئيس الجامعة

**tech** الجامعة التكنولوجية

**شهادة تخرج**  
هذه الشهادة ممنوحة إلى  
.....  
المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....  
للاجتياز/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج  
ماجستير خاص  
في  
**الصحافة التلفزيونية**  
وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة  
تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018  
في تاريخ 17 يونيو 2020

*Tere Guevara*  
أ.د. / Tere Guevara Navarro  
رئيس الجامعة

APW0235 tech@unitec.edu.ve

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

الجامعة  
التيكنولوجية  
**tech**

الحاضر

الحاضر

الجودة

ماجستير خاص

الصحافة التليفزيونية

« طريقة التدريس: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

# ماجستير خاص الصحافة التلفزيونية