



جامعة فيلادلفيا

الكلية: الآداب والفنون

القسم: العلوم الإنسانية ووحدة متطلبات الجامعة

الفصل: الثاني من العام الجامعي 2017 - 2018

خطة تدريس المادة Course Syllabus	
المادة: إدارة المؤسسات الإعلامية	رمز المادة: شعبة 0160441 الشعبة (1)
مستوى المادة: بكالوريوس	المتطلبات السابقة او/ والمرافقه: مساق اجباري
موعد المحاضرة : حتم-11.10-11.00	الساعات المعتمدة: 3

عضو هيئة التدريس		الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني
حتم 11-12	حتم 12.00-11.20					
		د. ماجد توهان الزبيدي	أستاذ مساعد	ط5	12.00-11.20	mzubidi2008@gmail.com

وصف المادة:

أهداف المادة:

1. تنمية قدرات ومهارات الطلبة في مجالات إدارة المؤسسات الإعلامية
2. التعرف على النظم والمدارس والنظريات الإدارية المتعددة في مجال ادارة المؤسسات بشكل عام وتأثير تلك النظم والمدارس على المؤسسات الإعلامية كالصحف والإذاعة والتلفزيون.
3. تجلية مفهوم الإدارة وعناصرها الرئيسية كالخطيط والتدريب وإقرار الموازنات
4. فهم العلاقة بين عناصر الإدارة المتعددة و كيفية التفاعل الذي يتم بينهما.
- 5.

مكونات المادة:

أ. الكتب المقررة:

- ب. 1- إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي/صالح خليل ابو اصبع.- عمان: دار آرام للدراسات والنشر، 1997، 356 صفحة.
- ج. 2- الإدارة في وجهة نظر المنظمة /محي الدين الأزهرى.= القاهرة: دار الفكر العربي، 1979
- د. 3- [الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات الإعلامية/عبدالله عبد المؤمن التميمي.-](#) الشارقة: دار الأفق المشرقة، 2010م، 487 صفحة
- هـ.
- و.

2. المواد المساندة:

صوتية وفيديو مباشرة من الإنترنت

أ. (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية): أشرطة

لمصادر مختلفة وتعلن في حينها.

ب. القراءات الإضافية (الكتب، الدوريات... الخ : أي مجلة أو كتاب له علاقة في الإدارة، وستحدد في حينه لكل

طالب.

ج. مواقع الكترونية تهتم بالإدارة وعلاقتها بالمؤسسات الإعلامية

أساليب التدريس:

دراسة و تحليل النظم والمدارس والنظريات الإدارية وعلاقة كل منها بالإدارة في المؤسسات الإعلامية كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون لتطبيق ما يدرس نظريا على ارض الواقع بحيث يتم فهم دور الإدارة في التأثير عمل المؤسسات الإعلامية.

مخرجات أو نتائج التعلم Learning outcomes

1. المعرفة والفهم **Knowledge and understanding** ، وتزويد الطالب القدرة على فهم مكونات البيئة الادارية ومعرفة العوامل المؤثرة فيها، من أجل فاعلية أكثر للإدارة في المؤسسات الإعلامية.

2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار **Cognitive skills** بعد الانتهاء من دراسة المادة سيتمكن الطالب من إدراك أهمية الإدارة وتطبيق عناصرها ، في الحياة اليومية بالإضافة إلى قدرته على التعامل الإداري مع زملاءه ومرؤوسيه ورؤساءه.

3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص **Communication skills**)، وتهدف إلى تنمية مهارات الإدارة والتواصل الإداري (الأكاديمي وغير الأكاديمي) **(Practical and/ or professional skills)** (Transferable Skills)

تنمية المهارات التالية:

أ. ادارة العمل

ب. التواصل الإداري مع الآخرين في المؤسسة

ج. فهم كل ما يحيط في البيئة الادارية ومكوناتها وخصائصها.

د. القدرة على اتخاذ القرارات وتنفيذها وتطبيقها

أدوات التقييم:

• تقارير و/أو أبحاث قصيرة و/أو مشاريع بحثية.

• امتحانات قصيرة (2 على الأقل).

• واجبات (تحدد أثناء الفصل).

• تقديم شفوي للأبحاث والتقارير (يتم الاتفاق عليها مع الطلبة)

• امتحانات فصلية ونهائية (حسب التقييم الجامعي)

توزيع العلامات على أدوات التقييم	
الدرجة	أدوات التقييم
20%	الامتحان الأول
20%	الامتحان الثاني
20%	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
40%	الامتحان النهائي
100%	المجموع

- إكساب الطالب وتعليمه وتدريبه على أسلوب التوثيق مع مراعاة الأمانة العلمية في كتابة التقارير والبحوث والافتباس وتوثيقها علمياً (مع أمثلة توضيحية)، وإسناد الحقوق الفكرية لأصحابها، والابتعاد عن السطو الأكاديمي. Plagiarism.

توزيع المادة على الفصل الدراسي

ملاحظات	الموضوع	الأسبوع
	• الامتحان الأول: تعريف الادارة ومفرداتها ومصطلحاتها الإنجليزية	الأسبوع الأول
	• نظرة عامة على المدارس والنظريات الإدارية	الأسبوع الثاني
	البيروقراطية او ادارة المكاتب ومدرسة النظرية الإدارية	الأسبوع الثالث
	• نظرية الإدارة العلمية ونظرية العلاقات الإنسانية	الأسبوع الرابع
	• مدرسة العلوم السلوكية ومدرسة اتخاذ القرار (فترة الامتحان الأول)	الأسبوع الخامس
	• نظرية ادارة الأنظمة ونظرية (Z زد) والإدارة اليابانية	الأسبوع السادس
	• المؤثرات على ادارة المؤسسات الإعلامية	الأسبوع السابع
	• القيادة في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع الثامن
	• إتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع التاسع
	• التخطيط في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع العاشر
	• الإتصال في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع الحادي عشر الامتحان الثاني
الأمتحان الثاني	• الرقابة في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع الثاني عشر
	• التوظيف والتدريب في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع الثالث عشر
	• الحوافز في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع الرابع عشر
	• العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية	الأسبوع الخامس عشر
فترة الامتحان النهائي.	• مراجعات عامة للمادة. • التحضير للامتحان النهائي.	الأسبوع السادس عشر الامتحان النهائي

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس

سياسة الحضور والغياب:

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.