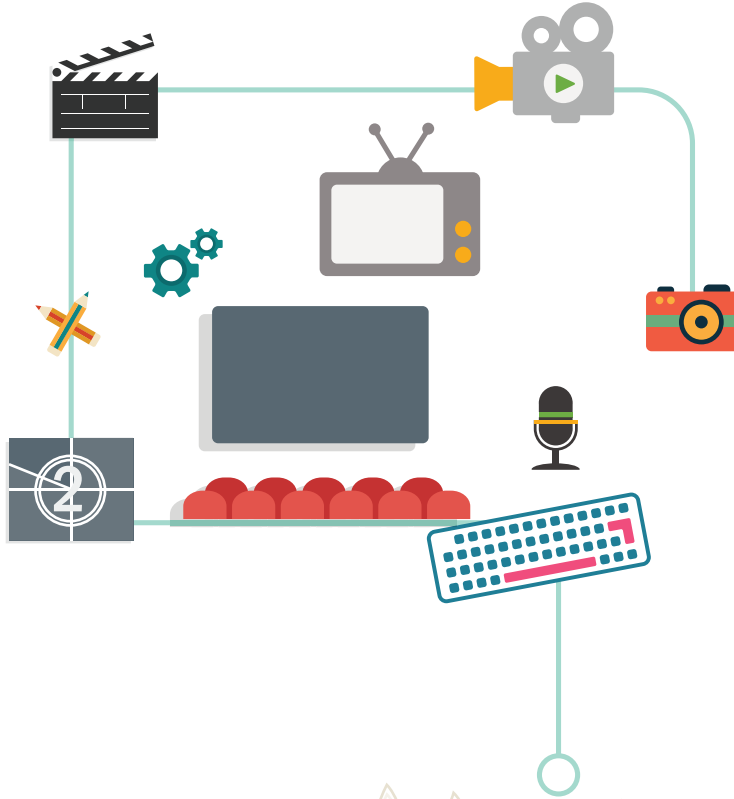


مخرجات التعلم تخصص الإعلام



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مخرجات التعلم

تخصص الإعلام

المشرف العام

د. فيصل بن عبدالله آل مشاري آل سعود

المشرف العلمي

د. عبدالله بن علي القاطعي

مدير المشروع

د. عبدالله بن صالح السعدوي

فريق العمل

١- د. فهد عبدالعزيز الخريجي

٢- د. محمد عبدالعزيز الحيزان

٣- د. عادل عبدالقادر المكينزي

فريق التحكيم

١- د. فلاح عامر الدهمشي

٢- د. عبدالله صالح الحقييل

٣- د. محمد سليمان الأحمد

المشرف الفني

د. سعد بن محمد القحطاني

يأتي مشروع إعداد مخرجات التعليم العالي وقياسها الذي ينفذه المركز الوطني للقياس والتقويم لصالح وزارة التعليم، ضمن اهتمامات الوزارة بتطوير مخرجات الجامعات السعودية وتجويدها، لاسيما بعد التوسع الكبير في إنشاء جامعات على المستويين الحكومي والأهلي. ويمثل منحى إعداد نواتج التعلم في التعليم العالي أحد الاتجاهات العالمية الحديثة المعنية بضبط جودة التعليم العالي التي انتشرت استخدامها منذ أوائل العقد الميلادي الحالي. ويمثل مشروع بلونيا الذي شاركت فيه أكثر من خمسين دولة معظمها من الاتحاد الأوربي بداية فعلية لتطبيق منحى نواتج التعلم في جميع الجامعات الأوربية وتفعيل استخدامه للعديد من الأهداف.

تستخدم نواتج التعلم في مجال ضمان الجودة؛ لتزويد من مستوى الشفافية وتهيئة المقارنات بين المؤهلات الجامعية لمختلف الجامعات، وتمثل مرجعية لإعداد معايير ضبط الجودة على المستويين المحلي والعالمي، كما تستخدم نواتج التعلم لتصميم المقررات والتحقق من الاتساق بين محتويات البرنامج، وإيضاح مدى التداخل بين محتوى المواد أو المؤهل عمومًا، فضلا عن ذلك تساعد نواتج التعلم مصممي المقررات الدراسية على تحديد الأهداف الرئيسة للمادة، والتحقق من مدى مناسبة مفردات المادة، وتنظم العلاقة المهمة بين التعليم والتعلم والتقويم، وتساعد على تحسين تصميم المقررات التعليمية وخبرات الطلاب، إضافة إلى تعزيز نواتج التعلم التأمّل في التقويم وتطوير معاييرهِ وجعله أكثر تنوعًا وفاعلية.

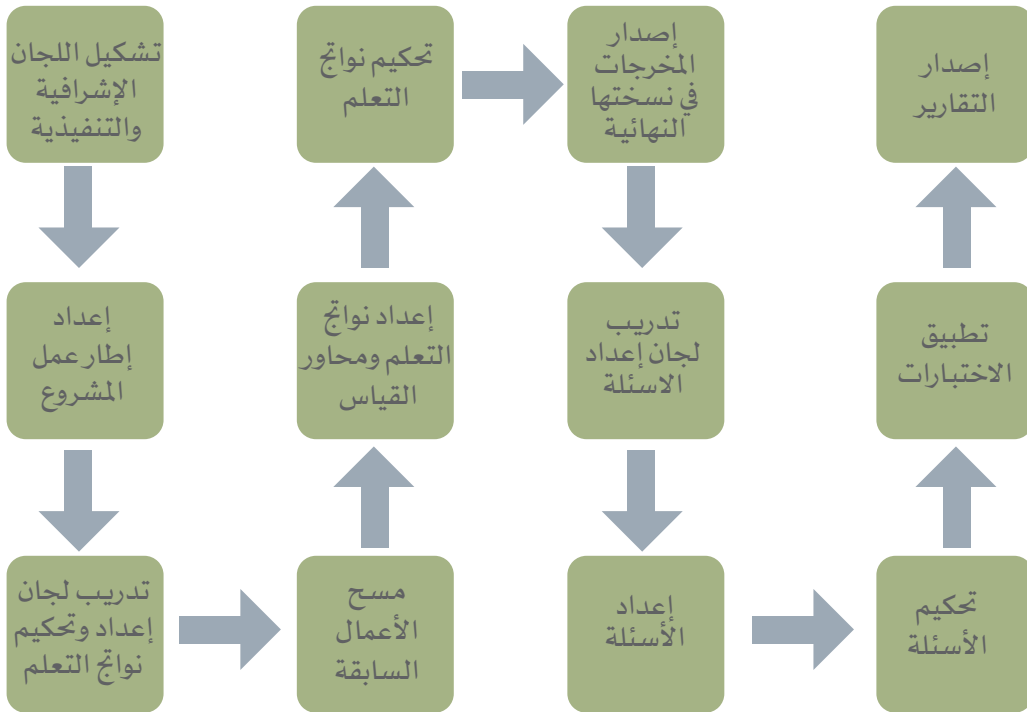
يستفيد المتعلمون من نواتج التعلم لما تقدمه لهم من إيضاحات حول ما ينبغي لهم تحصيله خلال مدة الدراسة وما هو متطلب لإنجاز البرنامج الأكاديمي، فهي تزود المتعلمين بمعلومات واضحة تساعد على الاختيار المناسب سواء على مستوى البرنامج أو المواد أو الوحدات مما يقود إلى تعلم فاعل مبني على خيارات واضحة للمتعلم. فضلا عن ذلك فإن نواتج التعلم تقدم معلومات وافية عن المؤهلات ومدى ارتباطها وتلبيتها لحاجات سوق العمل.

تسهم نواتج التعلم على المستوى المحلي في تحقيق الشفافية وإمكانية المقارنة بين محتوى البرامج الأكاديمية في الجامعات السعودية، مما يسهل من عمليات الاعتراف المتبادل بين الجامعات وانتقال الطالب من جامعة إلى أخرى دون فقدان عدد كبير من الساعات التي درسها.

٦. مراحل إعداد نواتج التعلم:

مثلت عمليات إعداد نواتج التعلم في التعليم العالي المرحلة الأساسية للمشروع، سبقها عدد من المراحل ويتبعها عدد آخر يتناول جوانب قياسها وإعداد التقارير كما يبين ذلك شكل (١) وتضمنت بدورها عدداً من المراحل الفرعية روعي فيها الالتزام بالمعايير العالمية ذات الصلة، بحيث تفضي إلى تمثيل البرامج الفعلية في الجامعات السعودية من جهة وتتواءم مع المستويات العالمية للجامعات الأجنبية من جهة أخرى، مع مراعاة ضوابط وصياغة النواتج على مستوى البرامج الأكاديمية.

شكل (١) مراحل مشروع قياس مخرجات التعليم العالي



وفيما يلي عرض موجز لأهم الخطوات التي جرى اتباعها لإعداد نواتج التعلم لتخصص الإعلام:

المرحلة الأولى: مسح محتوى البرامج الأكاديمية

هدفت هذه المرحلة إلى التعرف على محتوى البرامج الأكاديمية على المستوى الوطني والعالمي، وتأسيس نواتج التعلم للمشروع على واقع البرامج المحلية وأفضل الممارسات العالمية، مع تحديد مدى تمثيل النواتج لمحتوى البرامج الأكاديمية بالجامعات السعودية. ومن أهم خطوات هذه المرحلة ما يلي:

١- حصر قوائم نواتج التعلم

أجري مسح شامل لمنتجات الأقسام العلمية في تخصص الإعلام في الجامعات السعودية التي يدرس فيها التخصص وفقا للاسم المتعارف عليه أو اسم مشابه.

٢- تحليل محتوى البرامج

بعد تجميع محتوى البرامج جرى تحليلها للتوصل إلى المكونات المشتركة بين برامج التخصص، والنواتج التي تنفرد بها برامج بعض الجامعات، وذلك كالآتي:

- رصد مسميات المكونات الأساسية للبرنامج في الجامعات السعودية وتوحيد تسميتها.
- تحديد نسب المكونات الأساسية للبرامج السعودية بعد توحيد مسمياتها.
- تحديد المكونات الفرعية المشتركة للبرنامج محليا وتوحيد تسميتها.
- تحديد نسب المكونات الفرعية للبرامج السعودية بعد توحيد مسمياتها.

٣- تكرار الخطوة السابقة مع نواتج البرنامج في جامعات أجنبية، هي:

- جامعة سيركيوس، أمريكا.
- جامعة واشنطن الحكومية، أمريكا.
- جامعة كاليفورنيا، أمريكا.

٤- المقارنة بين محتوى البرامج المحلية والأجنبية وتحديد الجوانب المشتركة، وما ينفرد به كل منها.

المرحلة الثانية: بناء النموذج المقترح لنواتج التعلم

تناولت هذه المرحلة بناء المكونات العامة للنواتج وتحديد أوزانها النسبية، وذلك كالآتي:

١. توصيف التخصص توصيفا شاملا ودقيقا؛ لتحديد معالمه وتمييزه عن غيره من التخصصات المشابهة.
٢. اقتراح المكونات العامة للتخصص وفقا لما توصل إليه في المرحلة السابقة مع تعيين نواتج برامج عالمية متفق على تميزها للمقارنة Benchmarks.
٣. تحديد الوزن النسبي لكل مكون وفقا لأهميته في التخصص، ومن الطرق التي جرى استخدامها لذلك تقدير متوسط عدد الساعات لكل مكون مقارنة بمتوسط ساعات البرنامج التخصصية.
٤. توزيع المكونات الأساسية إلى عناصرها الفرعية، وتقدير وزن كل عنصر إلى بقية العناصر في المكون.
٥. بعد تقدير الوزن النسبي لكل مكون، اتبعت الخطوات نفسها مع المكونات الفرعية لكل مكون أساسي في البرنامج، كما يوضح ذلك جدول (١).
٦. توصيف المكونات الرئيسية والفرعية لتكوّن الخارطة العامة التي بنيت عليها نواتج التخصص.

جدول (١) الأوزان النسبية للمكونات الأساسية والفرعية في تخصص الإعلام

الوزن النسبي %	المكون الفرعي	الوزن النسبي %	المكون الرئيسي
٥	الخبر	٢٣	١- اللغة والكتابة
٦	التحرير الصحفي		
٤	الكتاب للوسائط المتعددة		
٣	المصطلحات الإعلامية باللغة الإنجليزية		
٥	فن الإلقاء		
٥	مدخل إلى الاتصال	١٧	٢- الاتصال
٤	الاتصال والمجتمع		
٥	الإعلام السعودي		
٣	اعلام دولي		
١٠	الإنتاج الإعلامي	١٥	٣- إنتاج المواد الإعلامية
٥	استخدامات الانترنت الاتصالية		
٨	مناهج البحث الإعلامي	٢٥	٤- البحوث الإعلامية والنظريات
٨	نظريات الاتصال		
٥	النقد الإعلامي		
٤	الرأي العام		
٦	التفكير الإبداعي	١٠	٥- الأسس الفكرية الإعلامية والأخلاقيات
٤	قانون وأخلاقيات الاتصال الجماهيري		
٥	إدارة المؤسسات الإعلامية	١٠	٦- إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها
٥	اقتصاديات الإعلام		
١٠٠		١٠٠	المجموع

المرحلة الثالثة: صياغة النواتج

روعي في صياغة النواتج عدد من المحددات، هي:

١. بناء (تركيبة) الصياغة بحيث تراعي الصياغات المتفق عليها في أدبيات صياغة أهداف التعلم.
٢. دلالات على المستوى المعرفي المستهدف وفق تصنيف بلوم بحيث تغطي على نحو متوازن المستويات الثلاثة (التذكر، التطبيق، التفكير) الموضحة في إطار العمل.
٣. تحديد المحتوى المستهدف ومستويات تناوله، بحيث تراعي عدداً من العناصر من أهمها:

• مستويات النواتج: قسمت نواتج البرامج الأكاديمية إلى ثلاثة مستويات، وهي:

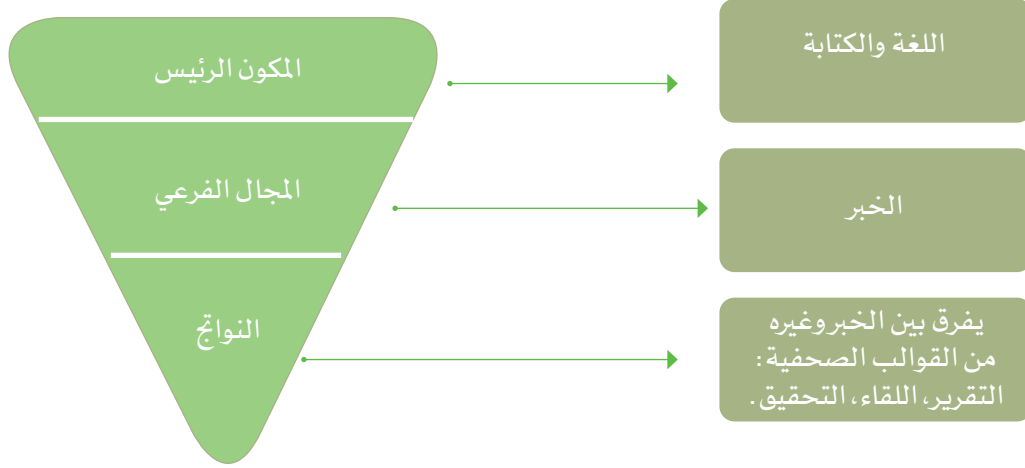
المستوى الأول: الفرع الذي يمثل أحد المكونات الرئيسية للتخصص.

المستوى الثاني: المجال الفرعي الذي يُكوّن مع المجالات الفرعية الأخرى أحد فروع التخصص.

المستوى الثالث: نواتج التعلم.

• الموازنة بين محتوى المستويات: يحتوي كل تخصص على عدد من التخصصات الفرعية، وهي في الغالب غير متساوية فبعضها كبير ومتسع وبعضها الآخر صغير ومحدود، وهذا ما يتبين من الوزن النسبي.

شكل (٢) يوضح مستويات نواتج البرامج الأكاديمية في تخصص الإعلام



المرحلة الرابعة: تحكيم النواتج

لضمان جودة العمل والتحقق من استيفائه جميع المتطلبات التي تؤهله لبدء استخدامه في المرحلة الثانية من كتابة الأسئلة، خضع لثلاثة أنواع من التحكيم، هي كالآتي:

أولاً: تحكيم لجان متخصصة

خضعت المنتجات بعد إعدادها للتحكيم من قبل لجان متخصصة، وجرى التحكيم وفقاً لعدد من المحكات، جرى تناولها بالتفصيل في ثنايا الإطار ودُرب المحكمون على استخدامها.

ثانياً: تحكيم الجامعات

لكون الجامعات شريكاً رئيساً في المشروع ومعنية على نحو مباشر بأهدافه، فقد أرسلت نواتج التعلم لجميع الجامعات السعودية لتوجيهه للأقسام الأكاديمية في تخصص الإعلام لمراجعة النواتج، والتحقق من مدى تغطيتها لمحتوى البرنامج الأكاديمي في القسم، وتحديد أهمية كل مكون من مكونات نواتج التعلم.

ثالثاً: التحكيم الإلكتروني

بالإضافة إلى النوعين السابقين من التحكيم، فقد طرحت نواتج التعلم لتخصص الإعلام على موقع المركز الوطني للقياس والتقويم لمن يرغب من المتخصصين المشاركة في مراجعتها وتحكيمها، وأعلن عن ذلك بوسائل إعلامية مختلفة للحث على المشاركة في تحكيم النواتج.

المرحلة الخامسة: تنقيح العمل وفقاً لنتائج التحكيم وتقدير مدى موافقته مع محتوى الجامعات السعودية.

جميع نتائج التحكيم السابقة جرى توثيقها وتبويبها من لجان التحكيم ومن ثم أرسلت للجان الإعداد لدراساتها وتنقيح النواتج على ضوء توصياتها وتقدير مدى موافقتها وفقاً لنتائج الاستبانة المرسلة، ومن ثم أعيد العمل للجان التحكيم للتحقق من الأخذ بالملاحظات والتوصيات واعتماد العمل لإخراجه بصورته النهائية.

المرحلة السادسة: الإخراج النهائي لنواتج التعلم

بعد استيفاء تنقيح العمل وفقاً لنتائج التحكيم أعدت النواتج في نسختها النهائية مع إعداد جدول المواصفات؛ للاستعانة بها لبدء المرحلة الأساسية الثانية المتمثلة في بناء أدوات قياس النواتج.

المكونات الأساسية

نواتج التعلم تخصص الإعلام

١. اللغة والكتابة

وصف المكون الأساسي: يتوقع من الخريج أن يعرف أساسيات الكتابة مع فهم شامل للغة التواصل، ويتمكن من معرفة كيفية عمل اللغة في أشكالها المتعددة تحدثا وكتابة، وبمختلف أنواعها (كالخبر والتقرير..، والدراما). ويصوغ مادة للنشر في وسائل الإعلام.

نواتج التعلم	المكون الفرعي
(١) يقدم تعريفا للخبر.	١،١: الخبر: يعرف عناصر الخبر ويصوغ الخبر وفق الأسس المهنية، ويميز بين الخبر وبقية القوالب الصحفية.
(٢) يفرق بين الخبر وغيره من القوالب الصحفية: التقرير، اللقاء، التحقيق..	
(٣) يكتب ويحرر خبرا مستخدما أنواع الأسئلة الستة: من، متى، أين، ماذا، لماذا، كيف؟	
(٤) يطبق الأسس المهنية في الخبر: (المصدقية، الموضوعية، الأنية، التوازن والشمول).	
(٥) يستخدم القيم الإخبارية في انتقاء الأخبار.	
(٦) يكتب الخبر بطرق وأساليب مختلفة (الهزم المقلوب - المعتدل - المتدرج).	
(٧) يجيد صياغة عنوان جذاب مختصر.	
(٨) يصوغ الخبر وفقا لخصائص الوسيلة: ورقية، إلكترونية.. (٣)	
(٩) يجمع المادة الخبرية من مصادرها المختلفة.	
(١٠) كتابة الخبر بلغة عربية سليمة خالية من الأخطاء النحوية والإملائية والأسلوبية.	

المكون الفرعي	نواتج التعلم
	(١) يعرف تاريخ تطور الكتابة الصحفية.
	(٢) يستطيع التفريق بين أنماط الكتابة: الوظيفية والأدبية والصحفية.
١،٢: التحرير الصحفي: يعرف أساسيات فن الكتابة الصحفية.. ويمكن من التفريق بين الفنون الصحفية المختلفة (المقالة، التقرير، التحقيق، الحديث). يعرف تقنيات التحرير لكل فن من الفنون الصحفية: المقالة، التقرير، التحقيق، الحديث. يستطيع استخدام علامات التقييم جيداً. ينقد المادة الصحفية الركيكة. يطبق مبادئ التحرير الصحفي لكل قالب من القوالب الصحفية. يعيد صياغة المادة الصحفية وفقاً لمعايير التحرير الصحفي. يصوغ المادة التحريرية بما يتناسب وطبيعة الوسيلة الإعلامية..	(٣) يعرف تقنيات التحرير لكل فن من الفنون الصحفية: المقالة، التقرير، التحقيق، الحديث.
	(٤) يستطيع استخدام علامات التقييم جيداً.
	(٥) ينقد المادة الصحفية الركيكة.
	(٦) يطبق مبادئ التحرير الصحفي لكل قالب من القوالب الصحفية.
	(٧) يعيد صياغة المادة الصحفية وفقاً لمعايير التحرير الصحفي.
	(٨) يصوغ المادة التحريرية بما يتناسب وطبيعة الوسيلة الإعلامية..
	(٩) يستخدم إستراتيجيات متقدمة ومفصلة (القصة، الرسوم البيانية وتصميم التصاميم) لتوضيح أهداف المشروع.
	(١٠) يعالج الكتابة في وسائل الإعلام الرقمية التفاعلية وفقاً للجمهور المستهدف، والوسيلة، والهدف من الاتصال.
١،٣: الكتابة للوسائط المتعددة: يحرر المواد المناسبة للوسائط المتعددة، وتشمل إعداد السيناريوهات القصيرة.	(١١) يعيد صياغة نص معد للوسائط المتعددة ويطبق التفاعل والتنقل النشط بين عناصر النص.
	(١٢) يعد السيناريوهات القصيرة.
	(١٣) يستدل على ردود فعل الجمهور باعتبارها جزءاً منتظماً من مراحل كتابة التصميم.
	(١٤) يعرف كيفية عرض النص على الشاشة؛ ويستحضر خاصية التفاعل في وسائل الإعلام الجديد، وقيم الكتابة المتمثلة في الدقة والإيجاز والوضوح.

نواتج التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف مفهوم المصطلحات وأهميتها في التخصص.	١,٤: المصطلحات الإعلامية باللغة الإنجليزية: يعرف المصطلحات في تخصصه، ويقراً المصطلحات باللغة الإنجليزية ويفهمها، ويعرف المصادر التي تساعده على معرفة المصطلحات الجديدة.
(٢) يذكر أبرز المصطلحات الإعلامية باللغة الإنجليزية.	
(٣) يعرف العبارات الأكثر شيوعاً في التخصص.	
(٤) يستخدم المصطلحات في سياقها السليم.	
(٥) يربط بين المصطلحات وجذورها اللغوية من خلال المصادر المتخصصة.	
(٦) يكتشف الخلل في ترجمة بعض المصطلحات.	
(٧) يشرح إشكالية ترجمة المصطلحات وأثرها على المفاهيم.	
(٨) يعرف مفهوم وأسس الإلقاء .	١,٥: فن الإلقاء: يعرف طرق الاتصال اللفظي وغير اللفظي، ويطبق مهارات الإلقاء وأساليب العرض أمام الطلاب.
(٩) يميز بين أنواع الإلقاء: الخطبة، الحوار، المحاضرة، الخاطرة.	
(١٠) يعرف نماذج من الشخصيات البارعة في الإلقاء.	
(١١) يعرف إستراتيجيات الإقناع في الحديث: العاطفي والعقلي.	
(١٢) يطبق تقنيات الاتصال غير اللفظي.	
(١٣) يجيد التخطيط للإلقاء واستخدام الوسائل المساعدة في الحديث.	
(١٤) يوظف أساليب الإلقاء في تقديم موضوع مباشرة إلى المجموعات الصغيرة.	
(١٥) يجيد مهارة الاستماع الفعال.	

٢. الاتصال

وصف المكون الأساسي: يتوقع من الخريج أن يعرف العملية الاتصالية ومراحلها، ويتمكن من توظيفها في المجتمع، ويستخدم التقنيات الحاسوبية في إيصال الرسالة بأسلوب جذاب للجمهور المحلي والدولي.

نواتج التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف الاتصال، ويحدد عناصره، ويميز بين أنواعه على أساس اللغة، وأنواعه على أساس حجم المشاركين في العملية الاتصالية.	٢,١: مدخل الى الاتصال: يعرف عناصر الاتصال (مرسل، ومستقبل، ورسالة، ووسيلة مستقبل، وأثر ورجع صدى)، وأنواعه، ومستوياته.
(٢) يحدد العمليات التي يتوقف عليها نجاح الاتصال أو فشله في تحقيق الأهداف، ويشرح معوقاته.	
(٣) يميز بين أنواع التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الجمهور.	
(٤) يفرق بين وظائف الاتصال الجماهيرية، ويقارن بين كل منها.	
(٥) يبين نماذج الاتصال وفوائد استخدامها، ويحدد الاعتبارات الأساسية عند استخدامها.	
(٦) يميز بين أنواع الاتصال المختلفة (الدعاية - الإعلان - الإعلام - العلاقات العامة).	

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية في المجتمع مثل: الإعلام، والتنشئة الاجتماعية، ونقل التراث.	٢,٢: الاتصال والمجتمع: يعرف العلاقة بين الاتصال والمجتمع، والتأثيرات المتبادلة.
(٢) يوضح مستويات تأثير الإعلام على المجتمع: المعرفية والاتجاهية والسلوكية.	
(٣) يربط بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاتصال والمضامين الإعلامية.	
(٤) يبين التأثيرات السلبية للإعلام وخصوصاً تكنولوجيا الإعلام والاتصال (الفضائيات والإنترنت).	
(٥) ينقد أداء وسائل الاتصال في المجتمع على ضوء نظريات الاتصال.	
(٦) يوضح دور وسائل الإعلام في التأثير ونشر الوعي والمعرفة مع أمثلة على القضايا الإعلامية: (الهوية الوطنية، الإرهاب، العولمة، محاربة الفقر، الفساد).	
(٧) التعرف على الأنظمة والتجارب الإعلامية في الغرب.	
(٨) يحدد أبرز القضايا التي يمر بها المجتمع في الوقت الحاضر.	

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف أهداف الإعلام السعودي ومبادئه وسياساته.	٢,٣: الإعلام السعودي: يدرك مفهوم الإعلام السعودي، ويعرف تاريخ وسائل الإعلام السعودية، ويفهم خصوصية عمل الإعلامي السعودي، ويعرف جهود القطاع الخاص في إنشاء وتطوير وسائل الإعلام، وينقد ويقوم المواد الإعلامية وفقا للأهداف.
(٢) يعرف طبيعة المجتمع السعودي وأثره على الإعلام.	
(٣) يعرف مراحل تطور وزارة الثقافة والإعلام.	
(٤) يعرف مراحل تطور الصحافة (الأفراد-المؤسسات ..)، والتلفزيون، والإذاعة ..	
(٥) يعرف نشأة وتطور وكالة الأنباء السعودية.	
(٦) يشرح نشأة وتطور استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي	
(٧) يعرف تطور تنظيمات وقوانين الإعلام السعودي.	
(٨) ينقد ويقوم بعض مواد الإعلام السعودي وفقا لالتزامها بالأهداف والسياسات المرسومة.	
(١) يشرح مفهوم الإعلام الدولي.	٢,٤: إعلام دولي: يعرف دور الإعلام الموجه وكيفية تأثيره في الرأي العام العالمي.
(٢) يعرف أنماط الإعلام الدولي.	
(٣) يعدد وسائل الإعلام الدولي وأشكاله.	
(٤) يفرق بين مفهوم الإعلام الدولي والدعاية.	
(٥) يعرف الأنظمة والتجارب الإعلامية الجديدة في الغرب.	
(٦) يبين تأثير الإعلام الجديد في صياغة الإعلام الدولي.	
(٧) يشرح واقع الصورة الذهنية للمملكة خارجيا.	
(٨) ينقد الرسائل الإعلامية التي لا تتناسب مع الجمهور الدولي.	
(٩) يحلل آليات التأثير في الإعلام الدولي.	

٣. إنتاج المواد الإعلامية

وصف المكون الأساسي: يتوقع من الخريج أن يعرف مفهوم الإنتاج الإعلامي ومتطلباته، ويوظف التقنيات الحاسوبية الحديثة والبرمجيات في إعداد المواد ونشرها..

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف الخصائص الفنية (الألوان، الرموز)، وأساليب التصميم المتنوعة.	٣,١: الإنتاج الإعلامي: يعرف الخصائص الفنية (الألوان، الرموز)، وأساليب التصميم المتنوعة، ويتعامل مع برامج حاسوبية في إنتاج الجرافيكس.
(٢) يتعامل مع برامج حاسوبية في إنتاج الجرافيكس.	
(٣) يصمم وينتج أشكالاً متعددة مثل: النص، والصورة، والرسوم الثابتة والمتحركة، والصوت، والفيديو.	
(٤) يستخدم تكنولوجيا الحاسوب في وسائل الإعلام بصورة تفاعلية.	
(٥) يطبق ويطور إستراتيجيات فعالة في التصميم المرئي وإنشاء الوسائط المتعددة التفاعلية، والرسوم المتحركة، والألعاب، ومواقع الإنترنت، والتدريب القائم على الحاسوب.	
(١) يستخدم محركات البحث المتخصصة التي تفيد المستخدم في الوصول إلى المعلومات والبيانات المطلوبة، ويذكر أبرزها، وألية عملها.	٣,٢: استخدامات الإنترنت الاتصالية: يوظف الإنترنت في الاتصال مع الجمهور بكافة مستوياته، وإيصال الرسائل الإعلامية للجمهور.
(٢) يستخدم تبادل المعلومات والبيانات والصور عبر شبكات الإنترنت بما في ذلك البريد الإلكتروني والمدونات.	
(٣) يقدم نماذج متنوعة لآلية استخدام الإنترنت في النقل المتبادل على المستوى الفردي والجماعي عبر ما يعرف بـ Teleconference .	
(٤) يفرق بين شبكات التواصل الاجتماعي بناءً على طبيعة استخداماتها.	
(٥) يعطي أمثلة على توظيف المؤسسات لوسائل الإعلام الاجتماعي في تقديم خدمات اتصالية جديدة من خلال العلاقات العامة.	

٤. البحوث الإعلامية والنظريات

وصف المكون الأساسي: يتوقع من الخريج أن يعرف مراحل البحث العلمي وأبرز النظريات الاتصالية.. ويقدم بحثاً مصغراً تتوفر فيه عناصر البحث الأساسية.

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف مناهج الدراسات الإعلامية الكيفية والكمية، ويعدد مع الشرح أنواع البحوث التي تندرج تحتها.	٤,١ : مناهج البحث الإعلامي: يعرف المهارات الأساسية للبحث الإعلامي وخطواته، ويعد الخطة البحثية، ويستطيع تطبيقها.
(٢) يذكر عناصر ومكونات الخطة البحثية، ويبين باختصار المقصود بها.	
(٣) يشرح مفهوم المجتمع والعينة في البحوث الإعلامية، ويسمي أنواع العينة العشوائية وغير العشوائية.	
(٤) يحلل محتوى مادة إعلامية ويصنفها وفقاً للخطوات المتبعة في تحليل المضمون.	
(٥) يبين أنواع بحوث الصحافة وفقاً للرسالة، والمتلقي والقائم بالاتصال، ويستشهد بأمثلة على كل نوع.	
(٦) يصمم استبانة بحثية لمسح جمهور إحدى وسائل الإعلام.	
(٧) يصوغ مشكلة بحثية حول قضية إعلامية، ويحدد تساؤلاتها البحثية.	

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يُعرّف النظرية، ويسمي أبرزها وفقاً لاستخدام الجمهور، وللقائم بالاتصال، ولنوع التأثير الذي تحدثه في المتلقي للرسائل الإعلامية.	٤,٢: نظريات الاتصال: يفهم أسس بناء نظريات تأثير وسائل الاتصال، وينقدها، ويدرك أنواع النظريات ويحللها، ويستطيع توظيفها في البحوث الإعلامية.
(٢) يصف نظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد، ويستدل على سقوطها، ويلخص الانتقادات التي وجهت لها.	
(٣) يفرق بين المقصود بالحاجات المتوقعة، والإشباع المتحققة، ويعطي أمثلة على ذلك.	
(٤) يذكر كيف نشأت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ويشرح الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ويوضح مميزاتهما.	
(٥) يبين مفهوم الغرس الثقافي، ويحدد فرضيات نظريته، كما يقارن بين النماذج المفسرة لعملية الغرس.	
(٦) يميز بين النظريات المعيارية والوظيفية ويبين الفرق بينهما.	
(٧) يعرض نظريات الاتصال الحديثة، بالأخص المتعلقة بوسائل الإعلام الاجتماعي، ويشرح تطبيقاتها، ويبين الفرق بينها ونظريات الإعلام التقليدي.	
(١) يعرّف مفهوم النقد الإعلامي، وفوائده، ويحدد أدواته.	٤,٣: النقد الإعلامي: يعرف مفهوم التفكير النقدي، وينقد وسائل الإعلام، ويحللها وفقاً للمداخل النظرية والفلسفية التي تفسر الأداء الإعلامي.
(٢) يميز بين النقد والتحليل والتخطيط الإعلامي.	
(٣) يحلل نماذج إعلامية متنوعة (صحفية، وإذاعية، وتلفزيونية)، ويربط تحليله بالبيئة الاجتماعية التي تتم العملية الإعلامية في إطارها.	
(٤) يقوم مضمون المواد الإعلامية من حيث الوسيلة والشكل، والأسلوب.	
(٥) يحدد جوانب القوة والضعف في المادة الإعلامية، ويقدم الحلول الأنسب وفقاً لإطار فلسفي مقنع.	
(٦) يوضح نظريات النقد الإعلامي ويبين الفرق بين النقد الإعلامي والفني.	

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف الرأي العام وأنواعه وتقسيماته.	<p>٤.٤: الرأي العام: يعرف مفهوم الرأي العام وأنواعه والعوامل التي تؤثر فيه وأساليب قياسه.</p>
(٢) يبين وسائل الاتصال التقليدية والحديثة التي تكون الرأي العام.	
(٣) يحلل عوامل تكوين الرأي العام وتغييره.	
(٤) يميز بين مفاهيم: الثقافة، الاتجاهات، الدوافع والمعتقدات.	
(٥) يفسر أثر وظائف وسائل الإعلام في بناء الرأي العام.	
(٦) يعطي أمثلة على أثر وسائل الإعلام في الرأي العام والعكس.	
(٧) يعرف أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام ويبرز مؤشرات التأثير.	
(٨) يعرف طرق قياس الرأي العام ومعوقاته في الدول النامية.	

٥. الأسس الفكرية الإعلامية والأخلاقيات

وصف المكون الأساسي: يتوقع من الخريج أن يعرف الأسس الفكرية للإعلام والأطر الأخلاقية، ويتمكن من ممارسة العمل الإعلامي بطريقة إبداعية مراعيًا الأسس الإعلامية والأخلاقية.

نواحي التعليم	المكون الفرعي
(١) يربط بين أساسيات التفكير الإبداعي ودورها في رفع كفاية الأداء الإعلامي.	٥,١: التفكير الإبداعي: يعرّف أساليب التفكير الإبداعي ويعمل على توظيفه في المجال الإعلامي.
(٢) يشرح المفاهيم الأساسية للتفكير ومهاراته وأنماطه.	
(٣) يدرك أهمية تنمية مهارات التفكير للفرد والمجتمع.	
(٤) يقارن بين أنماط التفكير ومنها: التفكير الإبداعي، التفكير الناقد، تفكير حل المشكلات.	
(٥) يستخدم أساليب التفكير الإبداعي (العصف الذهني - حل المشكلات العلمية - حل المشكلات المستقبلية - تألف الأشتات - المناقشة - تمثيل الأدوار) في تطوير العمل الإعلامي.	
(٦) يطبق بعض أساليب وبرامج تنمية التفكير مثل: برنامج القبعات الست.	
(٧) يصنف مهارات التفكير: (التفكير المركب - مهارات التفكير المعرفية - فوق معرفية - تصنيف بلوم).	

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف قانون الإعلام والاعتبارات الأخلاقية التي من المرجح أن تواجه الإعلاميين.	٥,٢: قانون وأخلاقيات الاتصال الجماهيري: يعرّف القوانين والأخلاقيات والأنظمة، وبخاصة التي يجب على الإعلامي الالتزام بها في عمله.
(٢) يعرف بعض قرارات المحاكم الرئيسية واللجان المختصة في تاريخ المملكة.	
(٣) يميز بين السلوك الأخلاقي وغير الأخلاقي من قبل الإعلاميين.	
(٤) يظهر قدرته على التفكير النقدي، وتكوين حكم عادل وعقلاني حول الأخبار والقضايا والأحداث.	
(٥) يوظف المعايير والممارسات القانونية على مجموعة متنوعة من إعداد وجمع الأخبار.	
(٦) يستكشف التفاعل بين قانون الحقوق والحريات التي تتمتع بها وسائل الإعلام في بعض الدول.	
(٧) يحدد الامتيازات القانونية والقيود التنظيمية التي تؤثر على كل فرع من وسائل الإعلام.	
(٨) يوضح القضايا الأخلاقية الكبرى الناشئة عن الممارسة الصحفية.	
(٩) يذكر وجهات النظر الأخلاقية الأخرى، وطرق أخرى للنظر في الحق والباطل.	

٦. إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها:

وصف المكون الأساسي: يعرّف المفاهيم الأساسية في إدارة واقتصاديات الإعلام، بما في ذلك الإلمام بالنماذج الإدارية المتبعة في المؤسسات الإعلامية، ودور الاقتصاد في تشغيلها واستدامة عملها، كما يربط بين مفاهيم الإنتاج والجودة والتكلفة والاحتكار، وأثره على السوق الإعلامية، والعلاقة بين الشركات المعلنة ووسائل الإعلام.

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يشرح طبيعة العمل الإداري في المؤسسات الإعلامية، ومكونات العملية الإدارية من حيث التنظيم والتوجيه والرقابة والسيطرة.	٦,١: إدارة المؤسسات الإعلامية: يعرّف مفهوم الإدارة وأهميتها في المؤسسة الإعلامية، ويربط بين النظريات الإدارية وأنماط الإدارة بالمؤسسات الإعلامية.
(٢) يعرف النظريات الإدارية، وإشكالية الدافعية ونظرياتها.	
(٣) يدرك مفهوم القيادة في المؤسسات الإعلامية وأنماطها والأساليب المؤثرة.	
(٤) يحدد الخصائص والمواصفات الواجب توفرها في الأفراد والمسؤولين عن قيادة المؤسسات الصحفية وعمليات التخطيط والتنظيم فيها.	
(٥) يلم بنماذج وأنماط وأساليب القيادة والإدارة الإعلامية، ويبين أنواع الهياكل التنظيمية ونماذجها في المؤسسات الإعلامية الرسمية وغير الرسمية.	

نواحي التعلم	المكون الفرعي
(١) يعرف المقصود بتمويل المؤسسات الإعلامية ومصادر تمويل وسائل الإعلام، والعوائد المالية وعلاقتها باقتصاديات الإعلام، وكيفية إعداد الموازنات في المؤسسات الإعلامية.	٦,٢: اقتصاديات الإعلام: يعرّف مفهوم اقتصاديات الإعلام، ويبين عمليات الدورة الإنتاجية للإعلام وسبل تحسين الأداء.
(٢) يبين مفهوم اقتصاديات الإعلام، وعلاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي، والأسس الاقتصادية لوسائل الاتصال الجماهيرية، والخصائص الاقتصادية للمنتجات الإعلامية.	
(٣) يكون ملماً بتأثير النفقات المادية في الإمكانيات الفنية والتقنية والبشرية.	
(٤) يشرح المقصود بملكية المؤسسات الإعلامية وعلاقتها باقتصاديات المؤسسة الإعلامية.	
(٥) يعرف إستراتيجية التسويق الإعلامي، وتدويل سوق الإعلام وسوق برامجه.	
(٦) يعدد نماذج للاستثمارات في المؤسسات الإعلامية.	
(٧) يربط بين مفاهيم الإنتاج والجودة والتكلفة والاحتكار، وأثره على السوق الإعلامية والعلاقة بين الشركات المعلنة ووسائل الإعلام.	

