

إدارة المؤسسات الإعلامية

MEDIA ORGANIZATION MANAGEMENT

تهدف هذه المادة إلى دراسة مبادئ وأسس إدارة المؤسسات الإعلامية، بما في ذلك الصحف، القوات التلفزيونية، الإذاعية، والمنصات الرقمية. تركز المادة على كيفية تنظيم هذه المؤسسات وتشغيلها بكفاءة، مع تحليل الهيكل التنظيمي، واستراتيجيات التسويق، وإدارة الموارد البشرية والمالية في بيئة إعلامية ديناميكية.

وصف المادة:

تتناول المادة إدارة المؤسسات الإعلامية من خلال فهم الهياكل التنظيمية لهذه المؤسسات وأدوار العاملين فيها. كما تركز على استراتيجيات تسويق المحتوى الإعلامي، تطوير العلاقات مع الجمهور، وتوظيف تقنيات الإنتاج الحديثة. يتم أيضًا دراسة التحديات الإدارية التي تواجه المؤسسات الإعلامية، مثل التغيرات التكنولوجية، التنافسية، وضغط السوق، بالإضافة إلى تأثير القوانين والسياسات الإعلامية على الإدارة.

أهداف المقرر:

1. تعريف الطلاب بأسس إدارة المؤسسات الإعلامية بشكل عام.
2. تمكين الطلاب من فهم الهيكل التنظيمي للمؤسسات الإعلامية وأدوار العاملين فيها.
3. دراسة استراتيجيات التسويق والإدارة المالية في المؤسسات الإعلامية.
4. تحليل تحديات البيئة الإعلامية في ظل التطور التكنولوجي والتغيرات السوقية.
5. تمكين الطلاب من إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الإعلامية بكفاءة.
6. تطوير مهارات اتخاذ القرارات الإدارية في المؤسسات الإعلامية.

المخرجات المتوقعة:

1. قدرة الطالب على فهم الهيكل التنظيمي للمؤسسات الإعلامية ودور كل قسم.
2. إتقان استراتيجيات التسويق والإدارة المالية في المؤسسات الإعلامية.
3. القدرة على تطوير استراتيجيات لإدارة الموارد البشرية في المؤسسات الإعلامية.
4. فهم كيفية التعامل مع التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي.
5. تعزيز مهارات التفكير الاستراتيجي واتخاذ القرارات في إدارة المؤسسات الإعلامية.
6. فهم تأثير القوانين والسياسات الإعلامية على طريقة إدارة المؤسسات الإعلامية.