

Master of Arts in Mass Communication

Program code: 038010

INTRODUCTION

The Department of Media offers a study program that aims to provide a master's degree in **mass communication** through the thesis and project track. The first program in Kuwait aims to meet the many needs and desires of graduates and the results of enhancing the academic level of teachers and keeping pace with the development of entertaining media in public life.

According to the University Council decision dated 4/2/2007, Thesis students admitted with effect from September 2007 are exempted from the comprehensive examination.

PROGRAM REQUIREMENTS

36 (36) TOTAL COURSE CREDITS

15 (15) COMPULSORY COURSES (3 credits each)

0380-501	Contemporary Issues in Mass Communication & Society
0380-502	Mass Communication Theory
0380-503	Communication Law & Ethics
0380-504	Research Methods
0380-505	Critical & Qualitative Approaches in Mass Communication.

12 (18) ELECTIVES COURSES (3 credits each):

0380-506	Integrated Strategic Communication
0380-507	Media Writhing in Strategic Communication
0380-508	Strategic Communication Management & Media Planning
0380-509	Convergence Journalism
0380-510	Multi-Media Production in Convergence Journalism
0380-511	Mass Communication & Public Opinion
0380-512	Media Production, Direction & Performance
0380-513	Multi-Media Scrip Writing & Content Creation
0380-514	Multi-Media Arts & Production
0380-515	Special Topics in Mass Communication

*The student can register in Mass Communication courses from level (400) provided that it's connection to the program and not exceeding (6 Cr) and after the approval of program Director.

9 (3) COMPULSORY COURSES

0380-593	Project	(3)
0380-597	Thesis	(0)
0380-598	Thesis	(0)
2000-599	Thesis	(9)

COURSE DESCRIPTION

0380-501: Contemporary Issues in Mass Communication & Society

Cr: (3)

This course is devoted to the analysis and discussion of contemporary issues in mass communication. It incorporates a comprehensive overview of mass media organizations, the way they function, and their influence on individuals and society in general. The course also examines how governments and various societal institutions impact media practices as well as the issues media professionals face. The course highlights current trends and developments in mass media in order to empower students to become knowledgeable consumers and critical thinkers of mass media.

0380-502: Mass Communication Theory

Cr: (3)

This course introduces students to mass communication theory and discusses the major theoretical approaches such as agenda-setting, media effects, framing, uses and gratification and technological determinism. The course describes the process of theory development as it relates to mass communication research and analysis. Students will track the historical advancements of mass communication theory as well as analyze and critique theories that guide mass communication inquiry. During this course students also learn how to develop a theoretically based argument in regard to a research question or hypothesis.

0380-503: Communication Law & Ethics

Cr: (3)

The course deals with the study of legal and ethical issues in the media, media regulation and policy, and the relationship between law and ethics. Students will explore key ethical issues in professional communications in general and GCC countries in particular. Among the topics that will be discussed throughout the course are the ethical role of journalists in modern society, privacy,

freedom of speech, censorship, self-censorship, confidentiality, conflict of interest and minority rights in the media. Students will enhance their critical thinking skills in analyzing media messages and case studies within different ethical frameworks as well as developing guidelines for ethical and professional behaviors.

0380-504: Research Methods

Cr: (3)

PR:0380-502

This course is designed to introduce students to methodologies typically used by researchers to conduct communication research. Students will learn how to take theoretical frameworks and apply them in practical research setting and how to add primary research to the relevant literatures as well as apply research designs such as surveys, in-depth interviews, focus groups, content analysis, textual analysis and experiments. It provides a comprehensive outline for conducting media-related research studies, including theory-building, hypothesis testing, sampling techniques, quay in in dings, analyzing findings, and the implications of research results. With a more quantitative focus, it also highlights major descriptive and inferential statistical techniques applied in analyzing research data. Students will have a sufficient understanding of how to use statistical tools to conduct primary research.

0380-505: Critical & Qualitative Approaches in Mass Communication

Cr: (3)

PR:0380-504

Students in this course will delve thoroughly into qualitative and critical approaches in analyzing mass communication content and phenomena. While quantitative and qualitative approaches are sufficient to scholarly investigate research topics, employing critical approaches of some schools of thought provide different and deeper levels of analysis to communication research and content. The course will discuss the postmodern, feminist, and critical approaches in theory and practice and how they can be applied in mass communication research. It will also involve the research methods that best suit these approaches such as textual analysis, discourse analysis, in-depth interviews and case study.

0380-506: Integrated Strategic Communication

Cr: (3)

This course provides students with a comprehensive understanding and practice of integrated communications which marketing, public relations, and advertising professionals are using to face the biggest challenges in the contemporary marketplace. It discusses how digital and social media technology has changed marketing, public relations and advertising, and gives detailed strategies on how to embrace such evolving platforms such as Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, mobile apps, websites, search engines and many more. Students will learn how to

integrate these tools and tactics into goal-oriented campaigns that enhance brands, create a buzz, encourage interactivity, and motivate the desired behaviors.

0380-507: Media Writing in Strategic Communication

Cr: (3)

PR: Completing two course from the program

This course includes the different types of writings in the field of integrated communication which includes public relations, marketing and advertising. Students will learn how to write news releases, fact sheets, annual reports, corporate social responsibility reports, newsletters, memos, speeches, invitations and how to design media kits. They will learn the correct formats for these types of writings such as the Global Reporting Initiative for writing social responsibility reports. Students will learn how to copywrite for advertisements in their major three components: headlines, subheads, and body-copy. This course will apply these writings on multiple traditional and new media platforms particularly on social networking websites. Students will also learn how to publicly speak as part of being professional communicators. They will learn and apply the required skills to successfully present on different occasions.

0380-508: Strategic Communication Management & Media Planning

Cr: (3)

PR: Completing two course from the program

This course will examine the role of strategic communication in the success of organizations and will attempt to empower students with the strategic insights and instincts that are at the heart of organizational communication. It will address the challenges that strategic planners face in a world of fragmented audiences and multiple media options. The course focuses on developing the ability to strategically influence audiences and stakeholders and extend an organization's vision and mission through communication. It will also focus on integral concepts and sub-fields of strategic communication such as advocacy, fundraising, relations-building and brand management. The course will help students embark on their careers by learning how to build relations with an organization's stakeholders, how to create and implement media plans and campaigns, how to research, plan, execute and evaluate communication programs, and how to practice strategic communication on multiple media platforms.

0380-509: Convergence Journalism

Cr: (3)

This course will introduce students to the fundamental theoretical foundations of convergence media, particularly toward journalism as the industry has changed due to new technologies and has become multimedia in nature. Students will learn how to utilize their analytical skill to understand media and journalism convergence practices at the individual, organizational, and industrial levels. Through the literature and empirical studies, the course will also investigate the political, economic, social, and cultural impacts initiated by this media transformation.

0380-510: Multi-Media Production in Convergence Journalism

Cr: (3)

PR: Completing two course from the program

This course is designed to involve students in applying convergence journalism practices initiated by the continuing development of technology. Journalists today can enhance their storytelling by adding multimedia to their reporting: audio, video, photography, and data visualization. In this course, students will be introduced to several tools, software and applications that are needed to create a multimedia news story. Specifically, it will focus on how to successfully utilize these instruments to produce a modern format of hard and soft news stories.

0380-511: Mass Communication & Public Opinion

Cr: (3)

This course discusses the theoretical and practical aspects of public opinion as integral to modern democracies and media industries. Students will learn what public opinion is, why it is important, how to measure it, and how traditional media and social networking websites can influence it, both negatively and positively. The purpose of the course is to provide students with the knowledge and skills to measure public opinion as media professionals and understand its significance and evolution in a changing media environment as media analysts.

0380-512: Media Production, Direction & Performance

Cr: (3)

This course is for students who desire to direct media content. Students will learn how to critically watch movies, series, cultural and variety programs and identify the language of directing as well as the involved technicalities. The course aims to develop students' directing techniques including the ability to break down the script into storylines using critical thinking as well as directing strategies, in

addition to designing an efficient shot list and applying the director's creative vision. The goal of the course is to develop a visual language that is ready for broadcast such as a short scene on social media, a video news release, a show or film on traditional or new media.

0380-513: Multi-Media Scrip Writing & Content

Creation

Cr: (3)

PR: Completing two course from the program

The course teaches students how to apply the principles of script writing for multiple forms of traditional and new media through different practical assignments. Students will learn the techniques of combining key elements such as shot selection, camera movements, and the writer's voice in the script to communicate the themes, plot, and create a compelling story. Students will be introduced to a variety of script writings used in documentaries, dramas, and cinema. They will also learn the rules of script writing on social media which require quicker plotting and audience attention. As part of content creation, students will learn how to identify topics of interest by knowing the process of ideation and understanding their audiences. This course will enable students to generate ideas of interest as well as enable them to write different scripting styles in different traditional and new media platforms.

0380-514: Multi-Media Arts & Production

Cr: (3)

PR: Completing two course from the program

This course is designed to give students practical examples and experiences directors and producers face in the various sectors of media industries. Students will be introduced to the technical terminologies of the industry in the different stages of pre-production, production, and postproduction. The course will provide students the opportunities to know how directors and producers deal with many aspects of production such as pitching ideas, script analysis, scheduling, budgeting, collaborating with the creative team, camera blocking, planning the shot list, and visual composition.

0380-515: Special Topics in Mass Communication

Cr: (3)

This course is designed to delve more into the details of specific mass communication phenomena the instructor would like to focus on. Issues and topics such as crisis communication, corporate social responsibility, data journalism, gender in advertising, corporate sponsorship, citizen journalism, industrial trends in TV and viewership would require thorough examination to understand them. The instructor can dedicate this course to fulfill that purpose and reach better learning

outcomes and deeper understanding of a communication phenomenon.

0380-593: Project

Cr: (3)

PR: Passing The comprehensive Exam test

Students in this course will choose, with the acceptance of his/her academic advisor, a mass communication topic and apply practical media and communication skills towards it in great details. Students need to demonstrate their ability to apply the skills they have learned throughout the courses of the program whether they relate to strategic communication, convergence journalism or multi-media production.

0380-597: THESIS

CR: (0)

0380-598: THESIS

CR: (0)

2000-599: THESIS

CR: (9)

ماجستير الآداب في الإعلام

رمز البرنامج: ٠٣٨٠١٠

مقدمة

يقدم قسم الإعلام برنامجاً دراسياً يهدف إلى منح درجة الماجستير في الإعلام بمسار الأطروحة و المشروع. ويهدف البرنامج الأول في الكويت إلى تلبية احتياجات ورغبات العديد من الخريجين والمهنيين وإلى تعزيز المستوى العلمي للدارسين ومواكبة التطور الإعلامي المتسارع في الحياة العامة.

بناءً على قرار مجلس الجامعة بتاريخ ٢٠٠٧/٢/٤ لا يتوجب على الطلبة المسجلين بمسار الأطروحة اجتياز الامتحان الشامل، وذلك اعتباراً من سبتمبر ٢٠٠٧.

متطلبات البرنامج

٣٦ (٣٦)	وحدة دراسية للمقررات
١٥ (١٥)	وحدة إلزامية (٣ وحدات لكل مقرر)
٠٣٨٠-٥٠١	قضايا معاصرة حول الإعلام والمجتمع
٠٣٨٠-٥٠٢	نظريات الإعلام
٠٣٨٠-٥٠٣	أخلاقيات الإعلام وتشريعاته
٠٣٨٠-٥٠٤	مناهج البحث العلمي
٠٣٨٠-٥٠٥	طرق نقدية ونوعية في الإعلام
١٢ (١٨)	وحدات اختيارية (٣ وحدات لكل مقرر)
٠٣٨٠-٥٠٦	الاتصال الإستراتيجي المتكامل
٠٣٨٠-٥٠٧	التحرير الإعلامي في الاتصال الإستراتيجي
٠٣٨٠-٥٠٨	إدارة الاتصال الإستراتيجي والتخطيط الإعلامي
٠٣٨٠-٥٠٩	الصحافة الإندماجية
٠٣٨٠-٥١٠	التصميم الإعلامي في الصحافة الإندماجية
٠٣٨٠-٥١١	الإعلام والرأي العام
٠٣٨٠-٥١٢	الإخراج والإنتاج الإعلامي
٠٣٨٠-٥١٣	كتابة النصوص وصناعة المحتوى
٠٣٨٠-٥١٤	فنون الإنتاج الإعلامي
٠٣٨٠-٥١٥	موضوعات خاصة في الإعلام

*يحق للطلاب التسجيل من مقررات قسم الإعلام مستوى (٤٠٠) (٦ وحدات بحد أقصى) بشرط ارتباطها بالبرنامج وبعد موافقة مدير البرنامج .

٩ (٣) الزامي

٠٣٨٠-٥٣٩	مشروع (طلبة مسار اللاطروحة)	(٣)
٠٣٨٠-٥٩٧	أطروحة	(٠)
٠٣٨٠-٥٩٨	أطروحة	(٠)
٢٠٠٠-٥٩٩	أطروحة	(٩)

التوصيف العلمي للمقررات

٠٣٨٠-٥٠١ : قضايا معاصرة حول الإعلام والمجتمع

وحداته (٣)

يهدف هذا المقرر إلى مناقشة وتحليل المواضيع المعاصرة في مجال الإعلام الجماهيري والتي ستحتوي على نظرة شاملة للمؤسسات الإعلامية، طبيعة ووظائفها وتأثيرها على المستهلكين من الأفراد والمجتمع بشكل عام. يحتوي المقرر أيضا على كيفية تأثير المؤسسات الحكومية والمجتمعية المختلفة على الإعلام والممارسات الإعلامية. كما تناقش هذه المادة آخر التطورات الإعلامية والتي تطمح إلى توعية الطلاب المنتسبين ليكونوا مستهلكين واعين وناقدين موضوعيين للمحتوى الإعلامي.

٠٣٨٠-٥٠٢ : نظريات الإعلام

وحداته (٣)

يتناول هذا المقرر نظريات الاتصال الجماهيري وتطورها تاريخيا وعمليا. من بين النظريات التي ستلقي هذه المادة الضوء عليها هي تحديد الأجندة، التأطير، الحتمية التكنولوجية، الغرس، انتشار المبتكرات، قادة الرأي والاتصال على مرحلتين وغيرها من نظريات يتم تطبيقها في الممارسات الإعلامية الحالية. تبدأ المادة بنظرية معينة ومن ثم يتم مناقشتها وتطورها من حيث ممارساتها القديمة والحديثة. إضافة إلى مناقشة وتحليل هذه النظريات، سيقوم الطلاب بمعرفة كيفية تطوير هذه النظريات في وقتنا الحالي عن طريق دراسات علمية تحتوي على فرضيات بحثية وأسئلة علمية.

٠٣٨٠-٥٠٣ : أخلاقيات الإعلام وتشريعاته

وحداته (٣)

يتناول هذا المقرر مناقشة الأمور القانونية والأخلاقية في مجال الإعلام حيث سيسلط الضوء على العلاقة بين القانون والأخلاقيات. تحتوي المادة على عدة قضايا محلية وعالمية تدخل في مجال الإعلام والقانون. من بين المواضيع التي سيتم مناقشتها خلال هذا المقرر ذات الصلة هي قانون المطبوعات وقانون المرئي والمسموع ودور الصحفي أو الإعلامي في المجتمع، المبادئ الأخلاقية، الخصوصية، صراع المصالح، حرية التعبير، الرقابة الذاتية وحقوق الأقليات. سيقوم الطلاب بتحليل هذه الأمور الأخلاقية وعلاقتها بالإعلام مما سيطور مهارة التفكير النقدي ومعرفة المبادئ التي تستلزم تطبيق هذه الأخلاقيات في المجال الإعلامي.

٠٣٨٠-٥٠٤ : مناهج البحث العلمي

وحداته (٣)

المتطلبات: ٠٣٨٠-٥٠٢

يتناول هذا المقرر دراسة طرق البحث الكمية والنوعية التي تستخدم في المجال الأكاديمي والإعلامي. تحتوي هذه المادة على الخطوات العلمية للبحث العلمي ابتداء من وجود مشكلة بحثية ومراجعة الدراسات السابقة وتبني نظرية علمية للدراسة وبناء الفروض العلمية واختيار طريقة البحث الصحيحة لتطبيق الدراسة. كما يشمل المقرر الطرق الإحصائية في قياس المحتوى الإعلامي عن طريق استخدام تطبيقات إحصائية تشمل مقاييس التكرار، الانحدار والارتباط. كما يتضمن هذا المقرر العناصر الملزمة للبحث العلمي كبناء الفرضيات العلمية ومعرفة كيفية اختبارها بالطرق العلمية ومعرفة العينات المختلفة كالعينة العشوائية البسيطة والمنظمة والمريحة والمستهدفة.

٠٣٨٠-٥٠٥ : طرق نقدية ونوعية في الإعلام

وحداته (٣)

المتطلبات: ٠٣٨٠-٥٠٤

يهدف هذا المقرر إلى معرفة الطرق النوعية والنقدية في دراسة المحتوى الإعلامي. حيث يحتوي المقرر على الطرق النقدية في تحليل المحتوى الإعلامي من خلال المدارس الفكرية الحديثة والتي تسمى بمدارس ما بعد الحداثة مثل المدرسة النقدية والمدرسة التفسيرية. ومن الطرق البحثية الملزمة لهذه المدارس التي يناقشها المقرر هي دراسة الحالة، المقابلات المعمقة، المجموعات المركزة، دراسة المحتوى والطريقة الاثنوجرافية.

٠٣٨٠-٥٠٦ : الإتصال الاستراتيجي المتكامل

وحداته (٣)

يتناول هذا المقرر شرح مفصل لمجالات الاتصال المتكامل التي تحتوي على العلاقات العامة، التسويق والإعلان. وسيساهم محتوى هذا المقرر في معرفة أفضل الإستراتيجيات الإعلامية للترويج عن سلع أو أفكار مختلفة أثناء الحملة الإعلامية عن طريق معرفة ما إذا كان القائم على الحملة في حاجة أكثر إلى استخدام العلاقات العامة أو الإعلان أو التسويق. إضافة إلى معرفة الاتصال الاستراتيجي المتكامل بشكل عام، ستناقش هذه المادة هذا النوع من الاتصال على الإنترنت وكيفية تطبيقه على مواقع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. وسيتمكن الطالب من

٥١٠-٣٨٠: التصميم الإعلامي في الصحافة الإندماجية**وحداته (٣)****المتطلبات: اجتياز أي مقرر من البرنامج**

يركز هذا المقرر على التدريب العلمي والعملية بشكل متقدم لممارسات الصحافة الإندماجية الناتجة عن التطور المستمر لتكنولوجيا الإعلام والاتصال. حيث يمكن للصحفيين والعاملين في المجال الإعلامي اليوم تحسين ادائهم من خلال إضافة الوسائط المتعددة إلى تقاريرهم الإخبارية والتي تشمل الصوت والفيديو والصورة الفوتوغرافية والبيانات البصرية. في هذه المادة سيتعرف الطلاب على العديد من الأدوات والبرامج والتطبيقات اللازمة لإنشاء محتوى إخباري وصحفي باستخدام الوسائط المتعددة. على وجه التحديد، ستركز المادة على كيفية استخدام هذه الأدوات بنجاح لإنتاج قصص إخبارية بطريقة السرد القصصي والإخباري البحث.

٥١١-٣٨٠: الإعلام والرأي العام**وحداته (٣)**

يتناول هذا المقرر تعريف الطلاب على أهمية الرأي العام كجزء من مكونات المجتمعات الحديثة والديمقراطية، وعلاقة الإعلام في تشكيل الرأي العام وكيفية التأثير عليه وتبعات هذا التأثير على الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وسيشتمل المقرر كذلك على كيفية استخدام تكنولوجيا الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي كلاعب أساسي في تشكيل الرأي العام وليس حكرًا فقط على المؤسسات الإعلامية التقليدية. كما سيتناول المقرر مناقشة أحدث النظريات في كيفية التأثير على الرأي العام وكذلك الطرق العلمية في قياس الرأي العام.

٥١٢-٣٨٠: الإخراج والإنتاج الإعلامي**وحداته (٣)**

يركز هذا المقرر أكثر على الإخراج التلفزيوني في الوسائل التقليدية والحديثة. سيتعرف الطالب على كيفية مشاهدة البرامج التلفزيونية كالمسلسلات، البرامج الثقافية والمنوعة بعين ناقدة واكتشاف لغة ونهج الإخراج التلفزيوني. تهدف هذه المادة إلى تعزيز قدرات الطالب في الإخراج التلفزيوني من حيث تعلم التقنيات الفنية وكيفية ترجمة النص المكتوب إلى الشاشة الفضية باستخدام التفكير النقدي واستخدام منهجيات الإخراج كعمل جدول المشاهد واللفظيات وتطبيقها على الواقع. ينقسم المنهج إلى قسم نظري ويشمل التطورات والتغيرات التاريخية في هذا المجال والعملية على تطبيق هذه الأساليب في إنتاج الأعمال التلفزيونية ويكون الجزء العملي يعمل برنامج متكامل صالح للعرض بنهاية المقرر.

٥١٣-٣٨٠: كتابة النصوص وصناعة المحتوى**وحداته (٣)****المتطلبات: اجتياز أي مقرر من البرنامج**

يركز هذا المقرر على طريقة سرد القصة النصية المعدة للعرض التلفزيوني/الإذاعي/الإعلامي وتعليم المعايير والقواعد الأساسية لكتابة النص من خلال الفروض الكتابية العملية المختلفة. يتم تعليم الطلبة الأساليب الفنية في وضع العناصر النصية الأساسية مثل اختيار اللقطات، حركات الكاميرا، التزامن الموسيقي، توصيل الأفكار، تبيان الصراع لعمل نص سردي لشدة انتباه المشاهد ويكون جاهز للبحث. سيتعرف الطلبة

تطبيق هذه المهارات على حملات إعلامية وتسويقية تعمل على جذب السوق المستهدف بالطرق الإبداعية وجذب انتباه الإعلام والجمهور لها.

٥٠٧-٣٨٠: التحرير الإعلامي في الاتصال الاستراتيجي**وحداته (٣)****المتطلبات: اجتياز أي مقرر من البرنامج**

يتناول هذا المقرر الكتابة في العلاقات العامة والإعلان. فمن بين وسائل الكتابة المستخدمة في العلاقات العامة هي التصريح الصحفي، صفحة الحقائق، الحقيبة الإعلامية، المطويات، النشرة الإخبارية الداخلية، التقارير الموسمية، كتابة الخطابات، تقرير المسؤولية الاجتماعية، الدعوات والبرقيات وتسجيل الاجتماعات. وفي الإعلان، يحتوي المقرر على كيفية كتابة المحتوى في الإعلانات في الوسائط الإعلامية المتعددة، ومما تحتويه الكتابة في الإعلان هو رأس الموضوع، الموضوع الفرعي وجسم الموضوع. كما يتضمن هذا المقرر على الطرق العلمية والمتعارف عليها عالميا من حيث الشكل والمضمون والترتيب في كيفية الكتابة في العلاقات العامة والإعلان. ويسلط المقرر الضوء على مهارة الإلقاء لأهميتها في مجال العلاقات العامة والأمور التي يجب مراعاتها أثناء إلقاء محاضرة أو نقاش حول موضوع معين (الكاريزما، لغة الجسد، نبرات الصوت، النظر، كيفية التأييد والمرافعة).

٥٠٨-٣٨٠: إدارة الاتصال الاستراتيجي والتخطيط الإعلامي**وحداته (٣)****المتطلبات: اجتياز أي مقرر من البرنامج**

يتناول هذا المقرر دور الاتصال الاستراتيجي كجزء رئيسي في مجال العلاقات العامة والإعلان والتسويق، وذلك لتزويد الطلاب على أحدث الإستراتيجيات من الناحية الإعلامية، التسويقية والإدارية لإدارة إعلام المؤسسات بشكل محترف وفعال مع جماهيرها المختلفة. يحتوي هذا المقرر على المعوقات والفرص المحتملة التي تواجه الاتصال الإستراتيجي كنظرية التميز ومبادئها العشرة والنظرية الاعتمادية. وكذلك المعوقات والفرص مع الجمهور المستهدف المنقسم ديموغرافيا إلى عدة أنواع عن طريق مناقشة النظرية الموقفية ونظرية الاتصال المتناسق. وستكشف المادة عن مدى انتشار هذه الإستراتيجيات في المجالات السياسية والاجتماعية والتسويقية ومدى تقبلها إعلاميا وجماهيريا.

٥٠٩-٣٨٠: الصحافة الإندماجية**وحداته (٣)**

يناقش ها المقرر نظريا وعمليا ظاهرة حديثة في مجال الإعلام نتجت من خلال التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام والتكنولوجيا وهي ظاهرة الإعلام الإندماجي. من خلاله سيتعرف الطلبة على كيفية تحول الوسائل الإعلامية المستقلة كالإذاعة والتلفزيون والإنترنت إلى وسيلة مندمجة تشمل كل هذه الوسائل في مواقع التواصل الاجتماعي والأجهزة اليدوية الذكية. ويتناول المقرر ممارسات وقضايا معاصرة في الإعلام الإندماجي على المستوى الفردي والمؤسسي. ومن خلال التراث العلمي والدراسات الأكاديمية الحديثة سيحتوي هذا المقرر أيضا على الآثار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الناتجة عن هذا التحول في البيئة الإعلامية.

على العديد من النصوص في المجال الإعلامي منها النص الوثائقي، الدرامي، السينمائي وغيرها حيث تركز هذه المادة على تعليم الطلبة كيفية البحث والكتابة في نصوص البرامج ليقوموا بعمل نص متكامل لهذه الأنواع من البرامج.

٠٣٨٠-٥٩٧ : أطروحه
وحداته (٠)

٠٣٨٠-٥٩٨ : أطروحه
وحداته (٠)

٢٠٠٠-٥٩٩ : أطروحه
وحداته (٩)

٠٣٨٠-٥١٤ : فنون الإنتاج الإعلامي
وحداته (٣)

المتطلبات: اجتياز أي مقرر من البرنامج

صمم هذا المقرر لإعطاء الطالب مفهوم العالم الحقيقي لوظيفة المخرج والمنتج خلال قطاعات الإنتاج المختلفة للإعلام الترفيهي. سوف يتعرف الطالب على قواعد وأدوات اللغة الإعلامية، بداية من تطوير النص الكتابي في مرحلة ما قبل الإنتاج، الإنتاج وما بعد الإنتاج. هذا المقرر يصقل مهارات الطلبة في معرفة تعامل المخرج والمنتج مع بقية فريق العمل، وكيفية طرح وتسويق الأفكار، تحليل النص، جدولة التصوير والميزانية، التعاون مع الفريق الإبداعي، جدولة الكاميرات وعمل خطة اللقطات، التكوين المرئي للقطات بالإضافة إلى جميع الأمور الضرورية المتعلقة بالموقع التصويري والإنتاجي التي تعد من مهام المخرج والمنتج.

٠٣٨٠-٥١٥ : موضوعات خاصة في الإعلام
وحداته (٣)

يتم تحديد منهج هذا المقرر وفقا لأستاذ المقرر، حيث سيتمتع المقرر في موضوع إعلامي معين يخصص مجالات الإعلام المختلفة. ففي مجال العلاقات العامة والإعلان هناك مواضيع فرعية كالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وما يتبعها من بحث وتخطيط في حملاتها أو إدارة الأزمات وكيفية رسم خطط إستراتيجية للرد من قبل المؤسسات. وفي مجال الصحافة هناك ظواهر حديثة كالصحافة الرقمية وصحافة المواطن. وفي مجال الإذاعة والتلفزيون هناك مواضيع فرعية كالسينماتوغرافية. يستطيع أستاذ المقرر تخصيص هذا المقرر لتدريس هذه المواضيع الإعلامية بشكل أكثر عمقا وتفصيلا.

٠٣٨٠-٥٣٩ : مشروع نهائي
وحداته (٣)

المتطلبات: اجتياز الإختبار الشامل

يختار الطالب موضوع إعلامي بعد موافقة المرشد الأكاديمي ويقوم بمشروع عملي يتم من خلاله مناقشة ذلك الموضوع الإعلامي بتفاصيل دقيقة وتطبيق مهارات إعلامية مختلفة في مجالات البرنامج. يبرهن الطالب في هذا المقرر قدرته على التطبيق العملي للمهارات الإعلامية المختلفة سواء كانت في الاتصال الإستراتيجي أو الصحافة الإندماجية أو الإنتاج التصويري.